بحوث ودراسات في العلاقات العامة

الدكتور

محمد علي أبو العلا قنديل

مدرس علاقات عامة

كلية الآداب - قسم الإعلام

جامعة كفر الشيخ

دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع



659.2072

ق . م

محمد علي أبو العلا قنديل.

بحوث ودراسات في العلاقات العامة / محمد علي أبو العلا قنديل .- ط1.-دسوق :

دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.

260 ص ؛ 17.5 × 24.5سم .

تدمك : 978 – 977 – 308 – 507 - 0

1. العلاقات العامة – بحوث .

أ - العنوان .

رقم الإيداع :16574 - 2016.

الناشر : دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع

دسوق - شارع الشركات- ميدان المحطة – بجوار البنك الأهلي المركزي

E-mail: elelm_aleman@yahoo.com

elelm_aleman2016@hotmail.com

المحتويـــات

الفصل الأول

مدخل إلى العلاقات العامة أبحاث ودراسات العلاقات العامة

تقديــم

العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية، لابد أن توجد في كل مجتمع نتيجة للاحتكاك الاجتماعي بين أفراده ومنظماته وهيئاته، فقد أصبحت العلاقات العامة جزء من فلسفة حياتنا الاجتماعية لما تنطوي عليه من تصور لطبيعة العلاقات الاجتماعية التي يمارسها الأفراد ضمن المنظمات كما تمارسها المنظمات ضمن المجتمع.

ولقد تطورت العلاقات العامة خلال العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين تطوراً متسارعاً سواء في منظمات الأعمال أو الجهات الحكومية وارتبط ذلك التطور المهني والوظيفي لها بازدياد الاهتمام العلمي والأكاديمي بالعلاقات العامة كعلم له أسسه وقواعده وأخلاقياته، ولم يحدث هذا التطور فجأة، وإنما جاء نتيجة للتطور الكبير الذي حدث في الفكر الإداري والإعلامي والذي ساهم في فهم الإدارة الحديثة للدور الهام والفعال الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في إطار وظيفتها الاتصالية داخل المنظمة وخارجها، ولا يمكن للمنظمات الحديثة أن تزاول وظائفها بنجاح دون الاهتمام بالعلاقات العامة(1).

"إن مشكلتنا في كل مؤسسة أو صناعة هي أن نكتشف تلك الأنشطة وأن نعرف آثارها الاجتماعية، فإذا ما كانت تتعارض مع الصالح العام فعلينا أن نجد الطرق والوسائل لتعديلها بحيث تصبح في خدمة الصالح العام، والصالح العام هو ما يقول الجمهور أنه كذلك.

وتكمن خطورة العلاقات العامة وتأثيرها في كونها نشاطاً يعمل في الغالب خفية وليس كالإعلان، وعلى الرغم من أن الإعلان والعلاقات العامة يسعيان إلى الهدف نفسه إلا أن الاختلاف بينهما يكمن كما يرى مارتين ما يرى فيما يلي "أن الإعلان مهما تكمن أخطاؤه عمل مفتوح نسبياً، فرسائله تظهر في مساحات مدفوعة الثمن أو في زمن يشترى بالمال، أما العلاقات العامة فتعمل من وراء الكواليس، ويمكن أحياناً رؤية يد المشتغل بالعلاقات العامة وهو يبعد حقيقة ضخمة عن الأنظار ولكنه يقف عادة في النهاية الأخرى(2).

ويمكننا أن نرجح تاريخ تكتيكات العلاقات العامة الحديثة إلى العقد الأول من القرن العشرين حيث يعتبر "إيفي لي" Ive lee هو رائد العلاقات العامة إذ قام عام 1903 بافتتاح مكتب للإشهار مع جورج باركر وبعد سنوات قليلة أصبح "إيفي لي" ممثلاً لشركة الفحم والسكة الحديد بنسلفانيا وعندما حصل إضراب في صناعة الفحم فإنه أصدر "إعلان المبادئ" وبه وضع ودشن مفاهيم الانفتاح والأمانة في التعامل مع الجمهور ليمثل نقطة تحول من وكلاء الصحافة في القرن التاسع عشر إلى العلاقات العامة في القرن العشرين.

وكان مستشاراً لركفلر واستطاع أن ينجز مفهوم "إنسانية الأعمال التجارية"

وأبرز أن العلاقات العامة هي أكثر فاعلية حينما تؤثر في المستخدمين والزبائن وأعضاء المجتمع وأن العلاقات العامة يجب أن تكون مدعومة من الإدارة العليا(3).

أما في مصر

كما أوضح ذلك د. صالح خليل أبو أصبع في مؤلفه العلاقات العامة والاتصال الإنساني، أن مصر عرفت العلاقات العامة منذ الخمسينيات من هذا القرن ولعل إبراهيم إمام هو الرائد الأول في هذا المجال إذ أصدر كتاب(العلاقات العامة والمجتمع) عام 1957، وقام بتدريس العلاقات العامة لطلبة قسم الصحافة جامعة القاهرة في الفصل الدراسي الثاني من العام 1957 - 1958. وهكذا كان كتاب إبراهيم إمام هو مقدمة دخول علم الاجتماع العام إلى الوطن العربي.

ويتحدث إبراهيم إمام عن هذه التجربة بقوله:

" ولم أكن أتصور أن هذا العلم الذي قدمته لأول مرة سوف يلقى ذلك الاهتمام الكبير الذي لقيه داخل الجامعة وخارجها وسرعان ما أنشئت معاهد لدراسة هذا العلم في مصلحة الاستعلامات ومعهد الإعلام ومعهد الإعلام الاشتراكي ومعهد الإرشاد التقدمي، كما اهتمت وزارة الثقافة ووزارة التربية والتعليم وهيئة الإذاعة ومؤسسة السياحة والفنادق ووزارة الشباب ووزارة الحكم المحلي وغيرها من الوزارات والهيئات"(4).

وإذا نظرنا بعين ثاقبة الآن نجد أن هناك تحول في مفهوم العلاقات العامة انعكس على المؤسسات المعنية بالعلاقات العامة في مصر وأصبح لها دور في توضيح ورسم صورة مصر في الخارج وهذا ما تقوم به الهيئة العامة للاستعلامات كأحد أجهزة ومؤسسات العلاقات العامة بالمجتمع المصري، حيث أنها المسئولة عن توضيح صورة مصر في الخارج، وتوضيح السياسات المختلفة لكافة الدول التي يوجد بها مكاتب إعلامية (ملحقين ومستشارين) إعلاميين تابعين للهيئة بالسفارات المصرية، وكذلك الموجودين في أماكن منفصلة عن السفارات.

وأن الهيئة العامة للاستعلامات هي المسئولة عن توضيح فرص الاستثمار في مصر وتوضيح وعرض أماكن السياحة في مصر وما هي المناطق السياحية الجذابة للسياح والتشجيع على التعليم والعلاج في مصر أيضاً.

وهناك دور خطير لأجهزة العلاقات العامة بوزارة الخارجية المصرية والتي يرأسه وزير خارجية مصر في تحسين العلاقة بين مصر والدول الأخرى وعرض وجهات النظر المصرية تجاه مختلف القضايا، ويعتبر ذلك من صميم عمل العلاقات العامة وأن عرض وجهات نظر مصر وسياساتها المختلفة تجاه العديد من القضايا والموضوعات يعتبر من صميم عمل العلاقات العامة(*).

انتشار العلاقات العامة في الوطن العربي تأخر بعض الشيء إذ بدأ في ستينيات هذا القرن وهذا التأخر يعود إلى:

أن أغلب الدول العربية كانت خاضعة وتقبع تحت حكم استعماري وأن الإدارة الاستعمارية كان لا يعنيها الجمهور ولا مصالحة ولا فتح قنوات اتصال ذات اتجاهين.

(*)أشار الكاتب هنا إلى الهيئة العامة للاستعلامات وذلك بعد تحويلها إلى هيئة كانت تابعة إلى وزارة الإعلام ثم تم إسنادها إلى الرئاسية وكذلك وزارة الخارجية باعتبارهما الهيئتين أو الجهتين اللتين يوضحان صورة مصر في الخارج تجاه العديد من الملفات السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى آخره.

أن الوطن العربي لم يعرف المؤسسات والشركات والهيئات الكبيرة إلا حديثاً وباستثناء مصر التي كان بها شركات ومؤسسات عريقة وراسخة، أما الدول العربية فكانت شركاتها تتسم بالطابع العائلي وأغلبها يأخذ صفة دكاكين.

إن الإدارة الحديثة في المؤسسات العربية هي نمط جديد على الحياة العربية كانت نتيجة احتكاكنا بالغرب والاستفادة من تجاربهم وذلك من خلال هؤلاء الذين سافروا وتعلموا في دول الغرب وتدربوا فيها ونقلوا خبراتهم التعليمية والتدريبية إلى الدول العربية.

التأخير في إنشاء معاهد التدريب الإداري والتنمية الإدارية والتي بدأت تهتم بالعلاقات العامة باعتبارها أحد الأنشطة للإدارة.

التأخر في الوعي بأهمية الاتصال ذي الاتجاهين بين المؤسسات والشركات والإدارات الحكومية من جهة والجمهور من جهة أخرى.

إذن نستطيع أن نستنتج أن مصر عرفت العلاقات العامة مبكراً نظراً لأن مصر من أولى الدول العربية التي أرسلت البعثات للخارج للتعليم في دول أوربا مثل فرنسا وبريطانيا وذلك منذ أيام محمد علي الذي يعتبر هو باعث نهضة مصر الحديثة وأنه استطاع أن ينقل خبرات الغرب إلى مصر عن طريق هذه البعثات وأرسل المصريين للتدريب في الخارج أيضاً وكون جيشاً على مستوى عالي من الاستعداد وذلك عن طريق الاستفادة من خبرات الدول الغربية وأنشأ العديد من الصناعات والشركات مثل صناعة الدخان وصناعة القطن الذي أعقب ذلك إنشاء العديد من المصانع، وعرفت هذه المؤسسات معنى الإدارة الحديثة في عصر محمد علي وهو مؤسسات مصر الحديثة.

أما الدول العربية فكانت ذات طابع عائلي قبلي بدوي لم يجد التطور وبلورة مفهوم الإدارة عن طريق واضح إلا بعد مرور وقت طويل، وأنشئت الشركات بعد ذلك في هذه الدول وبدأ ينتشر مفهوم العلاقات العامة في هذه الدول بعد ذلك.

تعريف العلاقات العامة :

من الأمور المتفق عليها أنه يصعب تحديد المفاهيم العلمية والاجتماعية منها بصفة خاصة لأنه من الصعوبة بمكان أن يتفق جميع المهتمين بهذه العلوم حول مصطلحات محددة ذلك لأن المصطلح الذي يصلح بالأمس قد لا يصلح اليوم بنفس الكفاءة، كما أن المفهوم الشائع أمس يتغير ويتبدل حتى يتمشى مع ظروف وملابسات اليوم.

كما يرجع هذا إلى أن العلوم الاجتماعية هذه العلوم التي تجعل من الإنسان والمجتمع بؤرة الدراسة والتحليل وهذا المحتوى الدراسي يتسم بالدينامية والتغير السريع وعدم الثبات والاستقرار.

أي من الممكن أن نقول أن العلوم الاجتماعية والإنسانية تتسم بالتغير الدائم وأن بقاء الحال في هذه العلوم لفترة ثابتة طويلة مستحيل نظراً لأن الإنسان يتغير وكذلك لأن من طبيعة الحياة التغير أيضاً.

ومن الواضح أن ما ينطلق على مفهومات ومصطلحات العلوم الاجتماعية ينطبق على المفهومات والمعاني والمصطلحات في مجال العلاقات العامة كواحدة من المجالات التطبيقية للعلوم الاجتماعية والإنسانية وكذلك لأن العلاقات العامة تتعامل مع الإنسان وهو الهدف الأول والأخير بالنسبة للعلاقات العامة.

نذكر في البداية أن التعريف اللغوي لهذا المصطلح العلاقات العامة **Public Relation** يعني حسب معجم وبستر أنها نشاط مؤسسة صناعة أو نقابة أو شركة أو صاحب مهنة أو حكومة أو هيئة من الهيئات لإقامة علاقات سليمة مجدية بالجمهور العام وبفئات هذا الجمهور المتنوعة كالمستهلكين أو الموظفين والمساهمين وغيرهم بغية التكيف وتفسير النشاط الاجتماعي(5).

كما أن هناك العديد من التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة وقدمها متخصصون في مجال العلاقات العامة نذكر منها:-

أن العلاقات العامة هي فن الحصول على رضا الجمهور وثقته وتأييدهفي الوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين(6).

وتعرف العلاقات العامة على أنها العلاقات العامة فن مسايرة الناس ومجاراتهم(7)، كما ذكرها د/محمد الجوهري في كتابه العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية حيث اتفق هذا التعريف مع التعريف السابق على أن العلاقات العامة هو (فن) إلا أن هذان التعريفان مختصران لا يفوا بالغرض المطلوب من تعريف للعلاقات العامة حيث أنها علاقة من جمهور داخلي وجمهور خارجي.

كما تعرف العلاقات العامة على أنها "مصطلح لتعبير عن شتى الخدمات التي تستهدف الاتصال بالجمهور وتقوية الروابط بين المؤسسة والمجتمع، وذلك بإيجاد نمط معين من الاتصال يساعد الجماهير على تنمية العلاقات بينهما ويربطهما من قرب أو بعد سواء أكانت هذه العلاقة مباشرة أو غير مباشرة(8).

هذا التعريف قدم شرحاً أكثر من التعريفين السابقين إلا أنه أشار إلى أنها مصطلح ولم يشر إلى أن العلاقات العامة عملية "process" أي تعني الاستمرار والدوام.

ويعرف ركس هارلو "Rex Harlw" العلاقات العامة بأنها فن وعلم يستند إلى أسس علم الاجتماع الإنساني ويسعى إلى تحسين العلاقات بين الناس لا في حياتهم الخاصة بل في حياتهم الاجتماعية(9).

هذا التعريف اتفق على أن العلاقات فن كما في بعض التعريفات الأخرى إلا أنه أضاف أنها علم يستند إلى معارف ونظريات علم الاجتماع وأن هذا العلم (العلاقات العامة) تستخدم وسائل الاتصال وأدوات الإعلام، كما أشار إلى أنها تستخدم أي العلاقات العامة في تحقيق إحدى صور التغيير الاجتماعي وهو تحسين العلاقات بين الناس بصفة عامة.

ويؤكد إيفي لي "Ive Lee" أبو العلاقات العامة كما يطلق عليه "أن مهمة العلاقات العامة تتصل بالإعلام ونشر المعلومات الصحيحة عن المؤسسة للجمهور لكسب وده وتستخدم في ذلك نشر الأخبار والصور وإذاعة البيانات والتعليقات

وعرض الأفلام وتنسيق المعارض والندوات، كذلك تستخدم كافة أساليب الدعاية عندما تقوم بالتأثير الانفعالي على الجماهير، كما تلجأ إلى الإعلان بوسائله المختلفة، كما قد تنطوي أنشطة العلاقات العامة على بعض النواحي التعليمية والتثقيفية لجماهير المؤسسة الداخلية أو الخارجية(10).

كما تعرف العلاقات العامة على أنها الجهود المقصودة المستمرة والمخططة التي تقوم بها الإدارة أو المؤسسة والتي تهدف إلى الوصول إلى التفاهم المطلوب والمتبادل والعلاقات السليمة بين المؤسسة وجماهيرها التي تتعامل معها في الداخل والخارج عن طريق النشر والإعلام والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة وبين الرأي العام(11).

ويتضح من خلال هذا التعريف أن العلاقات العامة تركز على ثلاثة أركان هي:

أ - تقدير قيمة الرأي العام وقياسه وتوضيح معالم الجمهور داخلي وخارجي.

ب – وضع البرامج الصالحة لتقييم هذا الغرض.

ج – استخدام الوسائل الفعالة للتأثير في هذا الرأي العام.

إذن من خلال هذا العرض السابق للتعريفات المتعددة والمختلفة للعلاقات العامة نستطيع أن نخرج بتعريف أكثر فهماً لمعنى العلاقات العامة وهو ما اتفق علم أساتذة العلاقات العامة في مصر ومنهم د/ علي عجوة ود/ صفوت العالم وكذلك د/ محمود يوسف والعديد من أساتذة العلاقات العامة والمتخصصين في هذا المجال.

"إن العلاقات العامة هي الفلسفة الاجتماعية للإدارة بهدف تحقيق التوافق وكسب رضاء الجماهير الداخلية والخارجية من أجل الحصول على رضا الجماهير تجاه المؤسسات والهيئات والشركات سواء التجارية أو الصناعية للوصول إلى بقاء التعامل مع المؤسسات والمنشآت الصناعية والتجارية والاقتصادية ومن أجل تحقيق أرباح لهذه المؤسسات والمنشآت مقابل خدمات تقدم للجماهير.

مبادئ العلاقات العامة :

هناك مجموعة من المبادئ للعلاقات العامة أوضحها د/ صفوت العالم في مؤلفه "فنون العلاقات العامة" وهي(12):

احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير وهذا المبدأ مهم حيث أنه يحترم الرأي العام ويضمن حقه في التعبير عن ذلك الرأي وتوفير مناخ حر ملائم لتكوين رأي عام تجاه مختلف القضايا والموضوعات.

العلاقات العامة تبدأ داخل المؤسسة إذ يجب أولا تدعيم العلاقات الودية والإيجابية مع الجمهور الداخلي للمؤسسة وكافة العاملين بها على اختلاف مستوياتهم.

الالتزام بالمبادئ الأخلاقية: تقوم فلسفة العلاقات العامة بالمؤسسة على ضرورة الالتزام بالمبادئ الأخلاقية مثل الثقة والمصداقية والنزاهة والأمانة والموضوعية والتفاهم المتبادل إذ أن العلاقات العامة هي مهنة إنسانية أخلاقية في المقام الأول.

إتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور: إتباع سياسة المكاشفة - والمصارحة وذلك بتقديم المعلومات الموضوعية للجمهور والأساس السليم للعلاقات العامة هو تقديم المعلومات حول مختلف القضايا والموضوعات للجمهور ومصارحة الجمهور تفادياً للشائعات.

تبادل الثقة وتبادل المعلومات بين المنظمة وجماهيرها. من الضروري إجراء الحوار وتبادل المعلومات بين الإدارة والجمهور إذ يجب أن تعلم الإدارة بشكل ما يدور عن علاقاتها بالجمهور.

العلاقات العامة هي الفلسفة الاجتماعية للإدارة. أي أن الإدارة تترجم علاقاتها للجمهور ويظهر ذلك في تعاملها مع الجمهور وإظهار الجانب الإنساني لهذه العلاقة وإحساس الإدارة بالمسئولية الاجتماعية لها تجاه الجمهور وتحقيق حوار وتبادل تام لكافة أنشطة المؤسسة مع جماهيرها.

العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة. العلاقات العامة تهتم بدراسة طبيعة وخصائص التنظيم الإداري فضلاً عن كونها وظيفة إدارية أساساً وتقوم بكافة العمليات والأنشطة الإدارية.

العلاقات العامة أحد فنون الاتصال. العلاقات العامة عملية اتصالية تحكم العلاقات العامة وعن طريق الاتصال ترسم العلاقات العامة الخطط التأثيرية والإقناعية.

وظائف العلاقات العامة:

يشير د/ علي عجوة في مؤلفه "الأسس العلمية للعلاقات العامة" إلى أن هناك مجموعة من الوظائف للعلاقات العامة وهي(13):-

أولاً: الوظائف الإعلامية:

توعية جمهور المنظمة بمخرجاتها سلعاً وخدمات، أو كيفية الانتفاع بها أو الإسهام في تطويرها.

تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية بما يحقق المرونة في التفاعل الإيجابي مع جمهور المنظمة.

رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة بما يحسن من العلاقات مع الجمهور ويدفعها باتجاهات إيجابية.

ثانياً: وظائف الاستعلام :

إجراء البحوث المسحية لجمهور المنظمة أو الرأي العام وصولاً إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها من المنظمة.

تحليل مواقف الجمهور والرأي العام لتحديد الآثار المترتبة عليها وسبل معالجة الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها.

تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور (حاجاته ورغباته) وكيفية التحكم بها.

ثالثاً: وظائف التنسيق العامة :

ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة.

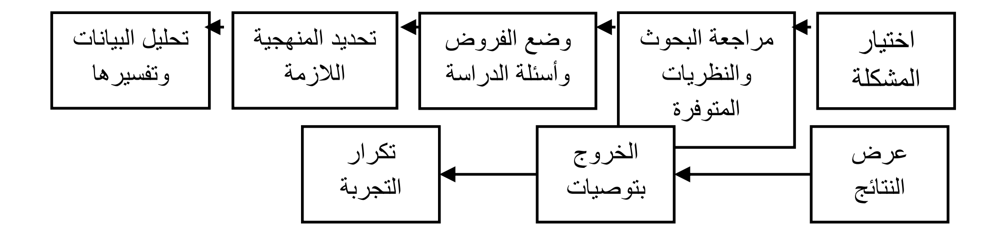
تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بما يتفق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وينسجم مع بناء العلاقات العامة بين الوحدات الأخرى.

ببرمجة أنشطالمشكلة:ت العامة مع الأنشطة الأخرى في المنظمة بما يمنع التداخل.

تنسيق فعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج العلاقات العامة في إطار مراقبة البرامج الأخرى.

بحوث العلاقات العامة :

إذا نظرنا إلى خطوات البحث العلمي بشكل عام نجد أنها متشابهة وهي تتطلب نوع من التركيز والدقة والملاحظة وموضوعية التحليل ونجد أن خطوات البحث العلمي في مجال العلاقات العامة يجب أن تسير وفق مجموعة من الإجراءات والخطوات وتتمثل كالآتي(14):-



1 - اختيار المشكلة :

لابد من وجود مشكلة يدور حولها البحث في مجال العلاقات العامة واختيار المشكلة شيء مهم في بحوث العلاقات العامة أي الباحث يضع يده على المشكلة أولى الخطوات حتى يتسنى له السير في باقي خطوات بحثه ولا يوجد بحث علمي سليم وصحيح بدون مشكلة بحثية، أي أن مشكلة الدراسة هي الركيزة الأساسية للباحث أو للمهتمين بمجال العلاقات العامة وأن المشكلة قابلة للقياس العلمي والتحليل ولابد لهذه المشكلة أن تخرج منها بنتائج قيمة عملية أو نظرية.

2 - مراجعة الدراسات السابقة المشابهة (أدبيات الدراسة):

إذا كان هناك دراسات وأدبيات سابقة مشابهة لهذه الدراسة فهذا شيء حسن وأن الأدبيات السابقة ستوفر الوقت والجهد والمال وعند مراجعة الأدبيات السابقة لابد للباحث من مراعاة مجموعة من الأسئلة وهي:

ما هي أنواع البحوث التي تم إنجازها في هذا المجال؟

ما تم التوصل إليه من نتائج في هذه الدراسات السابقة؟

ما هي أهم التوصيات والمقترحات التي دفعها الباحثون السابقون؟

ما هي الجوانب التي لم تتم دراستها؟

هل من جديد أو إضافة لهذه الدراسة في هذا المجال؟

ما هي المنهجية وطرق البحث العلمي التي تم استخدامها في الدراسات السابقة.

3 – وضع الفروض:

وضع الفروض عبارة عن تحديد مشكلة الدراسة ووضع فرضيات لها ومحاولة وضع هذه المشكلة على هيئة أسئلة والإجابة على العلاقة بين المتغيرات التي تم صياغة مشكلة الدراسة من خلالها أي أن الفرض يقيس علاقة بين متغيرين.

4 – تصميم البحث:

توجد أشكال وأنواع متعددة لتصميم البحوث في مجال العلاقات العامة وكل مشكلة من المشكلات تحتاج نوع معين من البحوث، ولذلك على كل باحث أن يحدد المنهج المستخدم في الدراسة والذي سوف يستخدمه وهناك مناهج عديدة منها:

البحوث المسحية.

البحوث الميدانية.

البحوث التجريبية.

بحوث تحليل المضمون.

وإذا نظرنا إلى مجال العلاقات العامة نجد أن أغلب الدراسات أما مسحية وطبقه وذلك لقياس الرأي العام أو بحوث ميدانية على القائم بالاتصال أو مسئولي العلاقات العامة، وكذلك تحليل مضمون للتعرف علـــى الاتجاهـــات في مضمون صحفي أو تليفزيوني أو إذاعي إلى آخـــره.

5 - جمع البيانات:

جمع البيانات بناءاً على المنهج المتبع في الدراسة يقوم الباحث بجمع البيانات حول موضوع الدراسة، ومشكلة الدراسة ويحدد القيمة وذلك يعتمد على الوقت والجهد اللازمين لإنجاز الدراسة ثم يتم ترتيب ذلك إحصائياً.

6 – تحليل البيانات وتفسيرها:

على الباحث في النهاية حساب النتائج ويقوم بتحليلها مع الإشارة إلى صحتها الخارجية ودرجة المصداقية بها والصحة الخارجية للدراسة تعني أنه يمكن تعميم نتائج الدراسة على المجتمع وأفراده.

7 – عرض النتائج :

نأتي إلى مرحلة عرض النتائج، وعرض النتائج في مجال العلاقات العامة يعني تقديم حلول للإدارة أو للمؤسسة ولابد من شرح النتائج بأسلوب مفهوم وواضح ونختلف فيه عن غيرنا من الدراسات السابقة وتكون النتائج واضحة ومختصرة.

8 – تقديم المقترحات والحلول:

من الممكن أن تقديم الدراسة بعد عرض النتائج مقترحات وحلول من وجهة نظر الباحث للعديد من العقبات التي تعوق أداء المؤسسة.

يشير سلليتز وزملاؤه.Sellitiz et alأهداف البحوث بصفة عامة فيما يلي:

التعرف على ظاهرة معينة أو تحقيق رؤى جديدة لها بهدف صياغة مشكلة البحث بدقة أكثر أو وضع الفروض العلمية للبحث.

رسم صورة دقيقة لخصائص فرد معين أو موقف أو جماعة (أو بدون) وضع فروض مبدئية محددة حول طبيعة هذه الخصائص.

تحديد نسبة تكرار حدوث شيء معين أو حدوثه مرتبطاً بشيء آخر.

اختبار فرض ما عن علاقة سببية بين عدد من المتغيرات.

والهدف الأول هو ما تسعى إليه البحوث الاستطلاعية، بينما تقوم البحوث الوصفية بتحقيق الهدف الثاني والثالث، ويقع تنفيذ الهدف الرابع على عاتق البحوث التفسيرية(*).

وتشير د/ هدى لطيف في مؤلفها "العلاقات العامة" إلى أنواع بحوث العلاقات العامة حيث أمكن تقسيمها إلى ثلاث أقسام هي(15):

1 – البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافيةExploratory studies:

(*) للمزيد يرجى الرجوع لكتاب د/ علي عجوة. الأسس العلمية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 72.

وتهدف إلى اكتشاف ظاهرة معينة أو التعرف على جوانب مشكلة محددة وتفيد هذه البحوث في حالة التصدي لموضوعات جديدة أو عند الاستعانة بمستشار خارجي للعلاقات العامة أو عند تعيين خبير جديد للعلاقات العامة بالمنظمة، كما تساعد في الحصول على قائمة بالمشكلات التي تحتاج لدراسة ووضع أولوية لكل منها طبقاً لآثارها المتوقعة في المستقبل القريب أو البعيد.

2 – البحوث الوصفية أو التفسيريةDescriptive studies:

وهي التي تستهدف تصوير ووصف وتحليل موقف معين بدقة بغض النظر عن توافر فروض محددة مسبقاً من عدمه، كما تستهدف تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بأي ظواهر أخرى.

وتندرج غالبية بحوث العلاقات العامة تحت هذا النوع فهناك حاجة مستمرة إلى التعرف على خصائص جماهير المنظمات المختلفة حتى تتمكن المنظمات من كسب ثقة وتأييد وتعاون الجماهير وبقدر ما يتوافر لجهاز العلاقات العامة من معلومات عن خصائص الجماهير من حيث السن – النوع والدخل والمستوى الاجتماعي والتعليمي بقدر ما ينجح في توجيه رسائل لهم.

3 – البحوث السببيةCausing studies:

وتهدف إلى اختيار العلاقات السببية بين المتغيرات أو الفروض مما يتطلب إتباع إجراءات معينة من أجل عزل بعض هذه المتغيرات ومعرفة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع على الرغم من أهمية هذه البحوث في مجال العلاقات العامة، إلا أن هناك بعض القصور في استخدامها نظراً لما يتطلبه من دقة وما يحيط بإجراءاتها من صعوبة(16).

4 – البحوث التاريخية:

يقوم البحث التاريخي على سرد الوقائع والأحـداث، والاتجاهـات السابقة وتحليلها بهدف التعرف على الظروف السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعيةأو الثقافية لأي مجتمع في الأزمنة المختلفة، وتسجيل هذه الوقائع لكي تكون أساساً في التخطيط لأي سياسة مستقبلية وتستفيد العلاقات العامة من البحوث التاريخية في فهم تطوير العلاقات الاجتماعية والعوامل التي ساعدت على تدهور هذه العلاقات أو ازدهارها في المجتمعات المختلفة(17).

وأخيراً يشير د/ علي عجوة إلى أهداف بحوث العلاقات العامة وهي:

التعرف على الآراء والاتجاهات لابد من وجود علاقة بين المرسل والمتلقي ولابد من توافر معلومات عن قيم واتجاهات المتلقي للمستقبل ووجود تجارب بين المتلقي والمرسل.

التعرف على الذات الاتجاهات هي المرآة التي ترى المؤسسة من خلالها صورتها كما يراها الجمهور، ويتوقف وضوح هذه المرآة على دقة إجراء البحث وموضوعيته وصدق تحليله وتفسيره لصانعي القرار بالمؤسسة، وهذه الصورة الموضوعية تساعد على إجراء عملية التصحيح الذاتية.

منع الأزمات والاضطرابات. وظيفة الأبحاث التنبؤ بالمشكلات من خلال النقاط والمعلومات والشائعات التي قد تؤدي إلى انفجار أزمة أو حدوث اضطرابات في العلاقة بين المؤسسة وجماهيرهــا.

زيادة فاعلية الاتصال الخارجي. لابد من التعرف على مدى الرسالة خاصة إذا كانت الوسائل الجماهيرية الاتصالية هي المستخدمة، كما أن دراسة أنماط الاتصال في المجتمع وعاداته السائدة بين الجمهور ويساعدان على تحديد خطة أو إستراتيجية الاتصال التي تزيد من فرص التعرض.

تحديد جماهير المؤسسة لابد من توافر بعض المعلومات الأساسية عن قطاعات الجماهير المؤثرة على أنشطة المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة وهذه المعلومات تتعلق بتحديد أهم هذه القطاعات وتباين الخصائص العامة لكل منها ومعرفة قادة الرأي وناقلي المعلومات.

إمداد الإدارة بالمعلومات: تزايد اعتماد الإدارة على أقسام العلاقات العامة في بعض المؤسسات للحصول على المعلومات التي تتعلق بالمؤسسة نفسها أو بجماهيرها أو بالمؤسسات التي تعمل في نفس المجال،

كذلك بالاتجاهات والتيارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر على أداء المنظمة وعلاقاتها بالمجتمع المحلي، لذلك تقدم العلاقات العامة التفسيرات المختلفة للتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للإدارة بالمؤسسة أو المنظمة.

المراجــع

(1) نفين غباشي. مدخل إلى العلاقات العامة، المدخل الوظيفي، المدخل التكنولوجي، القاهرة، دار النهضة العربية، ص 13 نقلا عن: عبد الحي محمود صالح - جلال الدين عبد الخالق. العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية ص 11 وسمير محمد حسين العلاقات العامة ص 11..

(2) صالح خليل أبو أصبع. العلاقات العامة، والاتصال الإنساني، ط 1، القاهرة، الشروق، 1998، ص 79.

(3) صالح خليل أبو أصبع. المرجع السابق ص 90.

(4) إبراهيم إمام. العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1971، ص5.

(5) إبراهيم إمام. العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1987، ص 18.

(6) إبراهيم إمام. فن العلاقات العامة، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1958، ص6.

(7) محمد الجوهري. العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية، القاهرة، دار المعارف، 1959، ص12.

(8) مصطفى حسن علي "مترجم". العلاقات العامة الناجحة، سلسلة كتب العلاقات الإنسانية، العدد (1) مؤسسة مرنالين للطباعة والنشر، دار العلم، 1962، ص8.

(9) محمد طلعت عيسى. العلاقات العامة والإعلام، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1963، ص33.

(10) R. S Lee. "Social attitudes and the computer revolution public opinion quart, 1970, ww. 34. 51, 59.

(11) غريب عبد السميع. الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2003، ص49.

(12) صفوت العالم. فنون العلاقات العامة، القاهرة، دار التهاني للطباعة والنشر، 2002، ص 30 – 33.

(13) علي عجوة. الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص40، 41.

(14) للمزيد يرجى الرجوع إلى: صالح خليل أبو أصبع، سمير حسين، د/ علي عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، محمد منير حجاب، وسحر وهبي. المداخل الأساسية للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر، 1992.

Selliz Claire et al. "Research in Social Relation", New York. Holt, Rinehart and Winston. Inc. 1976, p. 211.

(15) هدى لطيف. العلاقات العامة، القاهرة، الشركة العربية للنشر والتوزيع، 1997، ص93.

(16) المرجع السابق، ص 94.

(17) علي عجوة. الأسس العلمية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 76.

الفصل الثاني

اتجاهات الرأي العام

نحو إعلانات المستحضرات الطبية

والعقاقير بالقنوات الفضائية وعلاقتها بقبول الجمهور

لها

مقدمــة:

تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بفعالية دور وسائل الاتصال في المجتمعات المختلفة خاصة بعد أن شهدت هذه الوسائل تطوراً مكثفاً في البُني التكنولوجية الخاصة بها، ومن أهم هذه التحولات البنيوية في النسق الإعلامي، ففي عامل المسافة من خلال التقريب كلية بين مصدر المعلومات وهدفها عبر هذه الوسائط والأجهزة التكنولوجية الحديثة(1).

وأصبحت وسائل الاتصال تشكل جزءاً مهماً من الحياة الاجتماعية في إطار علاقة ما بين الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الفرعية في المجتمع(2). وترتب على ذلك تزايد تأثيرها على المتلقي وعلى قيمه وعاداته ومفاهيمه، وأصبحت أحد المحددات الرئيسية التي تشارك في تحديد ملامح سلوك الجماهير وحياتهم اليومية(3).

والاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها بتلقي الرسالة ومرسلها (كائنات حية أو بشرية أو آلات) في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم تناول أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو دافع معين(4).

كما يعرف الاتصال بأنه العملية أو النشاط الذي يستهدف الذيوع والانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات(5).

ومع مطلع تسعينيات القرن الماضي أصبح بإمكان الإنسان العربي في معظم الأقطار العربية التعرض للقنوات التليفزيونية الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية وبلغات أخرى، وبذلك أتيحت له وسيلة مسموعة ومرئية قادمة من وراء الحدود بعد أن كان تعرضه لها في السابق مقتصراً على القنوات التليفزيونية المحلية والوطنية(6).

وتتعرض الأسر العربية لبرامج ومضامين وإعلانات مغايرة للثقافة العربية ولقواعد السلوك والأخلاق السائدة، مما سينجم عنه نوع من الازدواجية والتناقض بين واقعهم المعاش وبين الواقع المتخيل أو المنقول إليهم(7).

ويشهد على ذلك ما بلغه نطاق تغطية القنوات الفضائية المصرية من امتداد إلى الجمهور المستهدف على المستوى العربي، ودعم هذا الانتشار ببث هذه القنوات على القمر الصناعي المصري نايل سات 101 وعربسات(9).

وعلى الساحة العالمية فقد امتد نطاق بث القنوات الفضائية ليغطي جميع دول العالم تقريباً حيث وصل البث إلى كافة أنحاء قارات آسيا - أفريقيا - أوربا - الولايات المتحدة الأمريكية - استراليا وذلك من خلال أقمار هوت بيرد (4) ويوتكسات (2) وانتلسات (707-3) وغيرها من الأقمار التي تعمل بنظام(VU) (C) الرقمية المفتوحة والمشفرة(10).

والإعلان هو ذلك النشاط المخطط على أسس علمية وعملية، والهادف إلى خلق الطلب على السلعة أو الخدمة أو إشباعه مقابل أجر مدفوع وذلك من خلال وسائل النشر المناسبة مع مراعاة الضوابط الفنية والشكلية المتأثرة به والمؤثرة فيه لإحداث الأثر الإيجابي في الجمهور المراد مخاطبته، والإعلان هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات معينة أو قبول الأفكار الحسنة عن الأشخاص والمنشآت المعلن عنها(11).

وفي ظل هذه التجمعات الاقتصادية وباعتبار أن الإعلان أداة لا يمكن الاستغناء عنها في العصر الحديث وفي ظل اقتصاديات السوق، ومهما اختلفت الآراء والتوجهات حول استخداماته وأساليبه في كل مجتمع طبقاً لطبيعته وظروفه، لكن في جميع الحالات يعد الإعلان واحداً من أسس الاقتصاد والصناعة(12)، بل ويعد من أقوى المؤثرات التقنية والاقتصادية والاجتماعيةفي مجتمعنا حتى أصبح لا يحدد ما تشتريه فقط بل ويشكل نظرتنا للحياة(13).

ويعرف د/ علي عجوة الإعلان Advertising بأنه الجهود المثمرة غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل بواسطة ممول معين لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها، فكما يستخدم الإعلان للترويج لسلعة أو لخدمة يستخدم أيضاً لنقل وجهات النظر وعرض الأفكار وتفسير السياسات والأحداث وتقديم التوجيهات المفيدة للجمهور(14).

وكذلك إقناع العملاء بأهمية المنظمة وأهمية الدور الذي تلعبه في الاقتصاد القومي وبجودة ما تقدمه من السلع والخدمات وإقناعهم بأن سياسات المنظمة

صادقة وبأن برامجها وإنجازاتها ناجحة واقتناعهم كذلك بمناسبة أسعار المنتجات وبكفاءة سياسة الائتمان والتحصيل والخدمة وبأن المنظمة ترمي مصالح المستهلكين بالدرجة الأولى وتعمل جاهدة على تحقيق رغبتهم في الحصول على أجود السلع بأرخص الأسعار(15).

والإعلان يستهدف إغراء المستهلك باقتناء سلعة معينة وتفضيلها على ما عداها ولقد استطاع الإعلان أن يرتفع إلى مستوى التطور فلم يلجأ إلى الوسائل المكشوفة وإنما غدا يلتمس سبل الإيحاء والتأثير غير المباشر ولذلك أصبحت الشعارات والصور الأخاذة والتكرار من السمات المميزة للفن الإعلاني، فلم يعد الإعلان أخباراً وإنما تطعم الفن الإعلاني بالأبحاث العلمية السيكولوجية والفسيولوجية والتحليلات النفسية مستغلاً كل الغرائز والميول الفطري عند الإنسان.

ولهذا أصبح الإعلان على أعتاب تطور جديد يضفي عليه ما يجعله علماً قائماً بذاته(16).

مشكلة الدراسة:

تتزايد في الآونة الأخيرة كمية الإعلانات التي تبثها القنوات الفضائية من حيث مدتها والمساحة الزمنية خاصة الإعلانات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية والتي يتم الإعلان عنها دون معرفة مصدرها أو الجهة التي تصرح لها بالإعلان،

وكذلك عن مدى تأثيرها على صحة مستخدمها حيث أن مثل هذه المستحضرات والعقاقير أو الأدوية التي يتم الإعلان عنها لابد من تجربتها أولاً ثم التأكد من مدى مناسبتها للاستخدام لجمهور المشاهدين وتأثيرها على صحة مستخدمها ومفعولها أيضاً على الجمهور.

ولقد خاطبت الإدارة المركزية للشئون الصيدلية بوزارة الصحة 12 قناة فضائية لمطالبتها بالامتناع عن عرض أي إعلان عبر شاشات القنوات الإثنى عشر إلا بعد الحصول على موافقة اللجنة الفنية لمراقبة الأدوية مؤكدة أن القنوات تعرض بعض المستحضرات والأدوية وتدعى أن لها صفة علاجية خارقة وهي غير مسجلة بالوزارة وذلك بالمخالفة للقانون رقم 127 لسنة 1955 والذي ينص على ضرورة الحصول على موافقة اللجنة الفنية لمراقبة الأدوية بوزارة الصحة على نصوص تلك البيانات أو النشرات أو الإعلانات ووسائلها وذلك قبل نشرها(17).

كما نشرت جريدة الأهرام تحت عنوان "بدء التحقيق مع 10 قنوات فضائية تروج المنشطات" حيث أوضحت الصحيفة بدء التحقيق مع عشر مسئولين عن قنوات فضائية موجودة بمدينة الإنتاج الإعلامي ورؤساء مجالس إدارات القنوات الفضائية المسئولة عن ترويج المنتجات التي شملتها بلاغات جهاز حماية المستهلك بوزارة التموين(18).

لذلك تمثلت مشكلة الدراسة في دراسة اتجاهات الجمهور والرأي العام نحو إعلانات الفضائيات المتعلقة بالمستحضرات الطبية والعقاقير ومدى علاقتها بقبول الجمهور لها أو الإحجام عنها حيث أنها أصبحت فرض على الإنسان لابد منه في ظل الغزو الإعلامي الذي أصبح يوجد في كل منزل والتكرار لمثل هذه الإعلانات من خلال الإعلان عن نفس المنتج في قنوات فضائية أخرى.

أهمية الدراسة:

مع استمرار كثير من الفضائيات في عرض إعلانات وبرامج حل المشكلات والأوهام ومزاعم الدجالين والمشعوذين، تتزايد يوماً بعد يوم خطورة مضمونها الذي يروج لتجاوزاتهم العلنية المرفوضة، والتي يرصدها الخبراء ويحذرون من نتائجها في دعوة صريحة لضرورة التوقف أمامها والتصدي لفوضى الفضائيات التي تغزو النايل سات بما يحمل الضرر للمجتمع، ولا تهدف منه إلا تحقيق الإرباح المالية فقط حتى - لو كان الطريق إليها عنوانه "نشر ثقافة الخرافات بين الناس"(19).

ونظرا لانتشار العديد من الإعلانات على شاشات القنوات الفضائية الدولية والمحلية حيث انتشرت ثقافة الاستهلاك والإعلانات المضللة ولقد عقد بكلية الإعلام جامعة القاهرة ندوة عن الإعلانات المضللة والبحث في أوجه مكافحتها عبر التعاون المجتمعي والحكومي دعت لها جمعية حماية المشاهدين والمستمعين بمشاركة جمعية حماية المستهلك ووزارة الصحة ونقابة السينمائيين وذلك من أجل مكافحة إعلانات الدواء المضللة التي غزت القنوات الفضائية(20).

وتناول هذه الإعلانات لمستحضرات طبية وعقاقير وانتشارها بطريقة غزيرة مما قد يصيب المشاهد لهذه القنوات بالملل من كثرة هذه الإعلانات الطبية، والتي يشار إليها على أنها ذات فعالية وتأثير إلا أنها غير مصرح لها من وزارة الصحة أو الجهات المسئولة، لذلك كان ضرورياً دراسة هذه النوعية من الإعلانات بالقنوات الفضائية وتنبع أهمية هذه الدراسة من خلال الآتي:

أصبح الإعلان يسيطر على العصر بأكمله حيث توجد الآن قنوات تسويقية خاصة بالإعلانات منها قناة **ART shopping** وكذلك قناة تميمة.

انتشار ظاهرة الأطباق القصعية التي تتيح استقبال القنوات الفضائية وانتقال المعلنين إلى وضع إعلاناتهم بهذه القنوات وخاصة إعلانات المستحضرات الطبية والعقاقير.

انتشار القنوات الفضائية حيث أصبح لكل دولة الآن على الأقل قناة فضائية لتعبر عنها.

أن الإعلانات عن المستحضرات والعقاقير الطبية تحتل فترات زمنية عديدة تستدعي الدراسة.

المشاهدين يتعرضون باستمرار لهذه الإعلانات الخاصة بالعقاقير والمستحضرات الطبية، خلال مشاهدتهم لهذه القنوات.

محاولات الإغراء من جانب المعلنين عن هذه الإعلانات الطبية والعقاقير وقدرتها في تحقيق فوائد عظيمة للمشاهدين من أجل إقناعهم بالحصول عليها واستعمال هذه المستحضرات الطبية والعقاقير وإبراز أنها ذات نتائج إيجابية.

تعالي الصيحات في الآونة الأخيرة وبكل قوة من أجل الحد من هذا السيل الجارف من الإعلانات بالفضائيات المصرية العربية وكذلك وجود جهاز حماية المستهلكين وكذلك جمعية حماية المشاهدين في مصر بضرورة الحد من خطورة هذه الظاهرة التي انتشرت بقوة أيضاً.

أهـداف الدراسـة:

هذه الدراسة لها هدف رئيسي وهو معرفة اتجاهات الرأي العام نحو إعلانات الفضائيات والإعلانات المتعلقة بالمستحضرات والعقاقير الطبية ومدى إحجام أو قبول الأفراد على هذه النوعية من العقاقير والمستحضرات الطبية ومن خلال هذا الهدف الرئيسي نجد أن هناك بعض الأهداف الأخرى التي تتبع هذا الهدف وهي:

التعرف على الوسائل التي تستخدمها هذه الإعلانات لجذب انتباه المشاهدين تجاهها.

رصد اتجاهات الجمهور نحو إعلانات الفضائيات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية.

التعرف على إمكانية استخدام هذه المستحضرات الطبية والعقاقير من جانب الجمهور.

التعرف على مدى التزام القنوات الفضائية بالمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في المجتمع الذي تعمل فيه.

معرفة الجهات المسئولة عن مراقبة القنوات الفضائية وإلزامها بضرورة توخي الصدق في كل ما تعلن عنه.

التوصل إلى مجموعة من الآراء والمقترحات بشأن إعلانات العقاقير والمستحضرات الطبية وكيفية مواجهتها وضرورة إلزامها بالمصداقية في كل ما تعلن عنه أو تنشره أو تذيعه.

التعرف على مدى قبول الجمهور على هذه الإعلانات أو الأحجام عنها.

تساؤلات الدراسة :

اقترحت الدراسة مجموعة من الأسئلة التي لابد للإجابة عنها من أجل الوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها وذلك من أجل التصدي لظاهرة انتشار إعلانات العقاقير والمستحضرات الطبية وضرورة مواجهة التضليل الإعلامي والزيف الذي يقع فيه المشاهد كفريسة تبتز أمواله وتضلله وهذه الأسئلة كالآتي:

ما نوعية الإعلانات في الفضائيات التي يشاهدها الجمهور؟

ما مدى مشاهدة الجمهور للإعلانات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية؟

ما نوعية المستحضرات والعقاقير والأدوية المعلن عنها بالفضائيات؟

ما هي المغريات التي تقدمها القنوات الفضائية للجماهير من أجل الإقبال على هذه المستحضرات والعقاقير الطبية؟

ما هي المداخل الإقناعية والاستعمالات التي تستخدمها القنوات الفضائية من أجل إقناع المشاهدين للإقبال على مثل هذه الإعلانات؟

إلى أي مدى تم استخدام هذه النوعية من المستحضرات والعقاقير عن طريق مشاهدتها بالقنوات الفضائية؟

ما هي أكثر الإعلانات التي يتم الإعلان عنها من وجهة نظر الجمهور ومتعلقة بالمستحضرات الطبية والعقاقير؟

ما هي الجهات المسئولة عن حماية المشاهد من التضليل الإعلامي بالنسبة لإعلانات العقاقير والمستحضرات الطبية بالقنوات الفضائية؟

إلى أي مدى تلتزم هذه القنوات بمسئوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه؟

فـروض الدراسـة:

فرضت الدراسة مجموعة من الفروض بهدف التوصل إلى صدقها أو عدم صدقها وذلك من خلال الاطلاع على آراء الجمهور من المشاهدين لهذه القنوات الفضائية وعلى وجه الخصوص المشاهدين للإعلانات المتعلقة بالمستحضرات والعقاقير الطبية وهذه الفروض هي:

هناك علاقة بين المشاهدة ونوع الإعلان عن العقاقير والمستحضرات الطبية.

توجد علاقة بين تكرار الإعلانات باستمرار والشعور بالملل؟

هناك علاقة بين الاستغناء عن استشارة الطبيب والشعور بصدق هذه الإعلانات.

وجود علاقة بين وجهة نظر الجمهور لهذه الإعلانات ووسائل الإقناع المستخدمة في هذه الإعلانات.

ضرورة وجود جهة مسئولة ورقابة على مثل هذه الإعلانات وحماية للمشاهدين.

نـوع الدراسـة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الاستطلاعية الكمية التي تستهدف تصوير وتحليل ووصف طبيعة وسمات خصائص مجتمع معين وتكرارات حدوث الظاهرات المختلفة فيه(21).

حيث تعد هذه الدراسة التي تستهدف التوصل إلى الاستنتاجات والأرقام والبيانات التي تتيح التوصل إلى درجة عالية من الدقة في صياغة النتائج مما يساعد على إمكانية التعميم والتنبؤ(22).

وذلك من خلال إجابات المبحوثين على أسئلة الاستبيان التي تتضمن مدى قبول الجمهور أو إحجامه عن استخدام مثل هذه المستحضرات والعقاقير الطبية وذلك من خلال الوصول إلى بيانات يمكن تفسيرها واستخلاص نتائج مفيدة تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن موضوع الدراسة حيث يؤدي في النهاية إلى توضيح مدى فاعلية مثل هذه الإعلانات وموقف المشاهدين للقنوات الفضائية منها.

حيث أن عملية البحوث التي يتم إجراؤها على الجماهير عملية يجب أن تتسم بالاستمرارية لتنوع قطاعات الجماهير والتغير المستمر في اتجاهاتهم وآرائهم(23).

والبحوث في مجال العلاقات العامة تهدف إلى التعرف على الآراء والاتجاهات وتنقل معلومات كافية عن قيم وآراء الجمهور واتجاهاته نحو المؤسسة(24).

مناهـج الدراسـة :

منهج المسح الإعلامي :

استخدم منهج المسح الإعلامي في هذه الدراسة بما يتضمنه من وصف وتحليل الخصائص لعدد من المفردات بلغت قوامها (500) مفردة وذلك من أجل التوصل إلى منظور عام يصلح أساساً لتعميمات مفيدة(25) باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعده في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة(26).

حيث يعد الأهم استخداماً في بحوث الإعلام ويمكن توظيفه واستخدامه في تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية وتفسيرية واستكشافية(27).

ولذلك تم استخدام منهج المسح بشقه الوصفي (Descriptive survey) بهدف التعرف على مدى القبول أو الإحجام على إعلانات المستحضرات الطبية والعقاقير بالقنوات الفضائية، حيث أن هذا المنهج يعتمد على الجمع الذكي للبيانات والمعلومات حول موضوع ما والربط بين هذه المعلومات للتعرف على الحقائق الغامضة(28).

أساليب المعالجة الإحصـائية :

تم الاعتماد على المنهج الإحصائي حيث أن الطرق الإحصائية تساعد على تحليل ووصف البيانات بمزيد من الدقة وحساب النسبة للقياسات المستخدمة والمواد التي يمكن تطبيق الطرق الإحصائية عليها هي تلك المواد التي عادة ما تكون ذات طبيعة كمية ولهذا السبب فإن معرفة الإحصاء قد تبرهن على فائدتها بشكل خاص في عملية المسح.

كما أن المنهج الإحصائي يقوم برسم استنتاجات عامة من البيانات من أجل تشكيل تصميمات يمكن الاعتماد عليها ومن أجل اختيار صلاحية مثل هذه التعميمات(29).

واستخدم الباحث كا2 لاستخراج العلاقات المتبادلة الإحصائية وكذلك قيمة كا2 الجدولية وقيمة كا المحسوبة وذلك من أجل تحديد مستوى الدلالة بين المتغيرات في الدراسة ومدى وجود دلالات إحصائية بين العبارات المستخدمة وتحديدها وكذلك بين متغيرات الدراسة.

أداة جمع البيانات المستخدمة في الدراسة:

أداة الاستبيان :

استخدمت استمارة الاستبيان في هذه الدراسة وذلك من أجل الحصول على إجابات لمجموعة من الأسئلة المتعلقة بمدى مشاهدة إعلانات المستحضرات الطبية والعقاقير بالقنوات الفضائية.

واستطلاع الرأي العام بالنسبة لأي مشكلة من المشاكل العامة الوطنية أو العالمية والاستفتاء في مجال قياس الرأي العام عبارة عن مجموعة من الاختيارات والطرائق والغرض منها الوقوف على اتجاهات الرأي العام حيال العديد من المشكلات العامة التي تشغل بال أو أذهان الجماهير وتتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من الرأي العام يتم تحديدها بدقة بالغة بحيث تكون ممثلة للمجتمع الأصلي، وتستخدم استفتاءات الرأي العام في هذه الأيام على نطاق واسع فيما يعرف (ببحوث الرأي العام) وتدور حول موضوعات اقتصادية كسياسة إلغاء الدعم أو إبقائه في بعض السلع الغذائية، أو موضوعات تهم الجماهير مثل إعلانات الفضائيات المتعلقة باستخدام العقاقير الطبية والمستحضرات الطبية التي يتابعها الجمهور باستمرار والتي تفرض على المشاهدين في القنوات الفضائية التليفزيونية(30).

واستهدفت استمارة الاستبيان مسح الرأي العام بهدف التعرف على الآراء والاتجاهات والمفاهيم والانطباعات حول إعلانات الفضائيات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية.

عـينة الدراسـة:

استخدم الباحث العينة المساحية حيث أنها تستخدم بكثرة في بحوث التسويق والرأي العام ويتم اختيار أفراد هذه العينة من داخل الطبقات المتميزة بطريقة عشوائية أي اختيار أفراد العينة من هذه الفئات يتم بطريقة عشوائية

ونكون بهذه الطريقة قد وصلنا إلى تكوين عينة ممثلة للمجتمع تتاح فيها الفرص المتكافئة لجميع أعضاء هذا المجتمع لكي يدخلوا في إطار البحث، وبذلك نكون بعدنا عن أخطاء التحيز Bias قدر المستطاع ونكون أقرب إلى أن تكون العينة ممثلة لجميع الاتجاهات المختلفة التي نتوقع وجودها في المجتمع طبقا للفئات التي يتم اختيار أفراد العينة منها(31).

وبذلك كانت عينة الدراسة قوامها (500) مفردة متمثلة من 100 طالب من طلاب وطالبات الجامعات و 100 من الموظفين و 100 من أساتذة الجامعات و100 من ربات البيوت والموظفات و100 من العمال والمهنيين.

وبذلك يكون إجمالي أفراد عينة الدراسة (500) مفردة تم تطبيق استمارة الاستبيان عليهم لمعرفة رأيهم واتجاهاتهم نحو الإعلان التي تتضمنها القنوات الفضائية والخاصة بالمستحضرات الطبية والعقاقير.

الدراسات السابقة:

توجد العديد من الدراسات السابقة والبحوث المتعلقة بمجال الإعلان التليفزيوني الفضائي، كما أن هناك دراسات متعلقة بالإعلان الدوائي ودراسات أخرى متعلقة بالقيم التي يتضمنها الإعلان وضوابط وأخلاقيات الإعلان في المجال الدوائي والطبي، ووجد أن هناك دراسات متعلقة بالمضمون الإعلاني ومضمون وسائل الإعلام والقنوات الفضائية وأنماط الاستهلاك بالنسبة لإعلانات القنوات الفضائية.

لذلك تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول:دراسات خاصة بالإعلان والقيم والاتجاهات والدوافع.

والمحور الثاني: دراسات خاصة بضوابط وأخلاقيات الإعلان والإعلان الدوائي.

والمحــور الثالث: خاص بتأثيرات الإعلانات والإعلانات الدوائيــة.

أولاً: الدراسات الخاصة بالإعلان والقيم والاتجاهات والدوافع:

دراسة عبير الشربيني 2003 بعنوان:"القيم التي يتضمنها الإعلان في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية خلال عامي 1999، 2000"(32):

تتمثل مشكلة الدراسة في تحليل مضمون الإعلانات التي تبثها القنوات الفضائية العربية بهدف التوصل إلى القيم التي يتضمنها الإعلان في هذه القنوات سواء كانت هذه القيم اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو سياسية أو دينية، سواء كانت سلبية أو إيجابية، وتهدف هذه الدراسة إلى رصد القيم التي يتضمنها الإعلان في القنوات العربية.

التعرف على نوعية الإعلانات التي تبثها القنوات الفضائية.

التعرف على الميول الإعلانية التي يستخدمها القائم بالإعلان في إعلانات الفضائيات.

التعرف على أوجه الشبه والاختلاف في القيم الاقتصادية التي تتضمنها المضامين الإعلانية.

التعرف على مدى انتشار إعلانات عربية أو أجنبية وإعلانات منتجة محليا في القنوات الفضائية العربية.

واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن وكذلك استخدمت أدوات جمع بيانات منها أداة تحليل المضمون، واستخدمت الباحثة الملاحظة المباشرة باعتبارها أداة لتوجيه الانتباه.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

تفوق إعلانات السلع في القنوات الفضائية العربية بنسبة 5ر81%.

تميزت القنوات الخاصة عن القنوات الحكومية بكثافة الإعلان.

احتلال إعلانات السلع لنسبة أوقات كبيرة حيث بلغت 5ر70%.

إعلانات التوعية في قناة MBC السعودية يتعارض مع التوجيهات المتعارف عليها.

فشل القنوات الفضائية العربية الحكومية بتدعيم الدور الحكومي في بث إعلانات.

دراسة حنان احمد سليم

1998بعنوان:"دور القنوات الفضائية العربية في تغيير أنماط السلوك الاجتماعي – دراسة لعينة من الجمهور المصري، دراسة تحليلية وميدانية"(33):

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف لتصوير دور القنوات الفضائية العربية في تغير أنماط السلوك الاجتماعي، واعتمدت على ثلاثة مناهج

هي: المسح الاجتماعي والمنهج الإحصائي ومنهج العلاقات المتبادلة. كما استخدمت أسلوب تحليل المضمون على المحتوى بالنسبة للرسالة الإعلامية الخاصة بمسلسلات القنوات الفضائية العربية الخاضعة للتحليل، واستخدمت عينة عمدية قوامها 400 مفردة من جمهور مدينة القاهرة ومحافظة الشرقية من حائزي الأطباق الفضائية، كما اعتمدت على صحيفة الاستبيان في جمع البيانات المتعلقة بالبحث، وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج هي:

هناك زيادة في إقبال الأفراد على شراء الدش في الفترة الأخيرة.

جاءت أولوية المشاهدة بالنسبة للمسلسلات ثم الأفلام والبرامج الثقافية والمنوعات والبرامج الإخبارية والرياضية والبرامج الدينية.

اعتمدت القنوات الفضائية العربية بشكل أساسي على المسلسلات المصرية بنسبة 6ر78% من إجمالي الدول العربية.

جاء تسلسل أفضلية القنوات الفضائية العربية بالنسبة للمبحوثين بالترتيب الآتي: ART بنسبة 9ر15%، ثم MBC الجزيرة والمستقبل، LBC دبي، الفضائية المصرية، أوربت، والمغربية، البحرين، ثم الأردن.

دراسة اشرف جلال حسن 1995 بعنوان: "دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلان التليفزيوني وإشباعاته"(34):

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات في ضوء منهج المسح الإعلامي للجمهور المصري بهدف التعرف على دوافع تعرض الجمهور

المصري للإعلان التليفزيوني والإشباعات التي تتحقق له، وكذلك معرفة مدى الارتباط بين هذه الدوافع والإشباعات لمتغيرات سابقة أو لاحقة لعملية التعرض بغيرها من المتغيرات الوسيطة،

كما اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة الاستبيان الموجهة إلى عينة الدراسة التي تعبر عن 400 مفردة ممثلة لجميع فئات المجتمع المصري من ذكور وإناث ذات مستويات اقتصادية واجتماعية وتعليمية وعمرية مختلفة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

زيادة إقبال الجمهور على الإعلان ومشاهدته بانتباه حيث أصبح الإعلان من المواد الأساسية على خريطة البرامج وتتمتع بمشاهدة عالية.

دوافع الحصول على المعلومات يقع في مقدمة الدوافع التي ترتبها بالتعرض الانتقائي للإعلان يليه دافع التسلية ثم دافع تعزيز القيم ثم دافع تضييع الوقت بينما تأتي التسليم في مقدمة الإشباعات من الإعلان ثم إشباع الحصول على معلومات.

يتعرض معظم أفراد العينة إلى الإعلان لتخفيض حدة الملل بين البرامج.

تكرار عرض الإعلان يؤدي إلى تقليل دوافع وإشباعات التعرض إليه.

دراسة منى سعيد الحديدي 1987 بعنوان: "الإعلان في التليفزيون المصري"(35):

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح والعلاقات المتبادلة وأسلوب تحليل المضمون بهدف تحليل عينة من الإعلانات المذاعة على قنوات التليفزيون (1، 2، 3) خلال شهر يناير وفبراير 1986. وتمثلت هذه العينة في (250) إعلان بواقع (200) إعلان عن سلع و (50) إعلان عن خدمات، وذلك خلال فترتي الإرسال الصباحية والمسائية بهدف التعرف على المضامين الإعلانية وموضوعاتها وأفكارها كذلك التطرق على طريقة عرض هذه الإعلانات من حيث المساحة والنواحي الفنية والإخراجية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

قدرة الإعلانات التليفزيونية على نشر الوعي الثقافي بين الجماهير من خلال إعلانات الخدمات مثل إعلانات الكتب والمجلات والصحف.

أهم مغريات اعتمدت عليها الدراسة هي التركيز على خصائص السلعة.

انخفاض نسبة الإعلانات التي تعتمد على وتر الخوف وهذا اتجاه إيجابي لإعلانات الدراسة.

توجيه إعلانات الخدمات إلى كل من المرأة والرجل.

انخفاض نسبة الإعلانات التي تعتمد على حب التملك بما يساهم في غرس قيم ترشيد الاستهلاك.

الاعتماد بصفة أساسية على اللغة العربية الفصحى البسيطة أو الدارجة في تقديم الإعلانات.

دراسة إسماعيل بن خليل 1997 بعنوان:"الإعلان التليفزيوني التجاري وأثر الفروق النوعية بين المشاهدين على السلوك الاستهلاكي-دراسة تطبيقية على عينة من سكان مدينة جدة"(36):

وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير الفروق النوعية بين المشاهدين على السلوك الاستهلاكي بالنسبة للإعلان التجاري وكانت العينة (500 مفردة من الأسر السعودية المقيمة في مدينة جدة،

وأهمية هذه الدراسة في أنها تدور حول الإعلان وتأثيراته السلوكية على المواطنين، وكانت أهم نتائج هذه الدراسة:

هناك تقارب بين النوعين (ذكور - إناث) في اتخاذ الإعلان مصدراً للتعرف على السلع، وأن الإناث أكثر تأثراً من الرجال في تحديد قرار الشراء.

دراسةAnderows.j.c 1989بعنوان: "القيم الشخصية والاتجاهات نحو الإعلان التليفزيوني - دراسة مقارنة بين الإعلان في أمريكا وألمانيا وكندا الإنجليزية وكندا الفرنسية"(37):

تعبر مشكلة الدراسة عن تأثير القيم المادية والإنسانية على الاتجاه نحو الإعلان التليفزيوني حيث افترضت هذه الدراسة أن الجمهور في أمريكا وكندا اللذين يتحدثون الإنجليزية لها نفس النسق القيمي، ويقل هذا التشابه بين أمريكا وفرنسا وألمانيا.

كما اعتمدت الدراسة على مقياس (روكيتشي) للقيم، حيث طلب من المبحوثين ترتيب القيم حسب أهميتها بالنسبة لهم،

بالإضافة إلى اعتماد هذه الدراسة على مقياس (ليكرت) للإجابة عن الجمل التي تعبر عن الاتجاهاتنحو الإعلان، التي تتمثل في مدى قابلية المبحوثين لوجود الإعلانات كمادة اتصالية وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إن المبحوثين الألمان يتمتعون بنظام قيمي إنساني أكثر من أقرانهم في ثقافات شمال أمريكا، وبالتالي فإن النظام القيمي الأمريكي والكندي الإنجليزي أكثر النظم تقارباً وأكثرها مبرراً للنسق القيمي المادي.

يقع النظام القيمي الكندي الفرنسي في موقع متوسط بين الأمريكيين والألمان.

كلما تقاربت اللغة كإحدى القيم الثقافية كلما تشابهت الأنساق القيمية بين متحدثي هذه اللغة.

دراسةZanet.E 1981بعنوان:"الأبعاد العقائدية والأخلاقية في الاتجاه العام نحو الإعلان"(38):

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء المبحوثين حول القيم والأنماط السلوكية التي يعكسها الإعلان خاصة الإعلانات الموجهة لفئات محددة في المجتمع كالشباب والمرأة وكذلك مفهوم الأخلاقيات لدى المبحوثين، ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

أظهرت النتائج أن نسبة 80% من المبحوثين أكدوا على أن الإعلانات تنتهك العديد من المبادئ الأخلاقية وإن اختلف تقييم كل منهم لشدة هذه الانتهاكات.

افتقار الإعلان للمسئولية الاجتماعية من حيث وجود التضليل، وبث أنماط سلوكية سلبية وقيم مادية تلقى معارضة كبيرة من المجتمع.

تأثير الإعلان السيئ على اقتصاديات المجتمع عن طريق تقديم معلومات مبتورة وغير دقيقة عن السلع المعلن عنها.

وجود تجاوزات أخلاقية في الإعلانات الموجهة لفئات محددة في المجتمع مثل الطفل والمرأة.

تركز الإعلانات على الإثارة الجنسية مع ضعف الضوابط الحكومية.

دراسة بعنوان: "اتجاهات الجمهور نحو الإعلان"(39):

تستهدف هذه الدراسة تقييم الإعلانات ومعرفة اتجاهات الجمهور نحو الإعلان وآرائهم في ممارساته وتنوعت فيها النتائج بين تأييد الجمهور لهذه الممارسات الإعلانية أو معارضتها لمستوى القيم والأخلاقيات السائدة في هذه الممارساتإلا أن الدراسة أوضحت أن هناك تزايداً مستمراً في الانتقادات الموجهة لهذه الممارسات كما أوضحت نتائج الدراسة الاستفتائية التي أجراها زانوت Zanot سلبية الاتجاه نحو الإعلان وتزايد الاستياء العام منه. كما أكدت دراسة أندروز استمرار هذه الأشياء وتزايده.

ثانياً: دراسات خاصة بضوابط وأخلاقيات الإعلان الدوائي:

دراسة سونيا دبوس وعادل عبد الغفار 2003 بعنوان: "أخلاقيات الإعلام الطبي بين النظرية والتطبيق"(40):

استهدفت هذه الدراسة إلقاء الضوء على تجاوزات الإعلام الطبي في الممارسة الصحفية، منها المبالغة في تقديم المزايا التي تتمتع بها بعض العقاقير والتي تعتبر دعاية غير مباشرة لهذه الأدوية من شأنه أن يدفع الجمهور إلى استخدام هذه العقاقير دون استشارة الأطباء في بعض الأحيان، وهو أمر ينطوي على مخاطر عديدة، بالإضافة إلى المبالغة في تبسيط المعلومة الصحية حول العقاقير الجديدة وهذه مسألة أيضاً تلحق الضرر بالمسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام تحتاج إلى إعادة نظر، وهذه الدراسة قدمت بعض الاقتراحات للنهوض بأداء الإعلام الطبي في مصر.

دراسة منى الحديدي 2003 ورقة عمل حول"ضوابط إعلانات المنتجات الدوائية والخدمات الطبية"(41):

وتهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على إحدى المشكلات الخاصة بالإعلام والإعلان الطبي، حيث يظهر الواقع أنه على الرغم من وجود بعض التشريعات والقواعد في المؤسسات الإذاعية والتليفزيونية العربية حول علاقة الوسيلة بالإعلان إلا أن الواقع يبرز عدم الالتزام بها على مستوى التطبيق والممارسة والتنفيذ، إما لغياب الوعي بخطورة الإعلان على الجمهور المتلقي، أو سعياً لتحقيق أعلى التعاقدات المالية من قبل المعلن بغض النظر عن مراعاة القيم والصالح العامأو لغياب إدراك المسئولية الاجتماعية لوسائل الاتصال تجاه جماهيرها التي ترتبط بها ويعتمد عليها، كما تظهر نظرية الاستخدامات والإشباعات والاعتماد على وسائل الاتصال، مما يبرز الحاجة إلى أنظمة دفاعية ذات طابع مؤسسي وتشريعي يفوق حاجة الدول المتقدمة.

وقدمت الدراسة بعض المقترحات المنبثقة من تجارب الآخرين والذين سبقونا في استشعار المشاكل والسعي لمواجهتها انطلاقاً من المسئولية الاجتماعية لوسائل الاتصال.

دراسة محيى الدين عبد الحليم2003 بعنوان: "ضوابط وأخلاقيات الإعلام والإعلان الطبي في وسائل الإعلام وقنوات البحث المختلفة"(42):

وأوضحت هذه الدراسة بأنه ظهرت في الفترة الأخيرة إعلانات غايةفي الخطورة تؤثر على صحة الإنسان ومستقبله، وتسهم في هدم البنية الأساسية للإنسان، وتقوم على الوهم وتستهدف زيادة المبيعات والترويج للأدوية وللأجهزة والمراكز الطبية المستحدثة، وطالبت الدراسة بضرورة وضع ميثاق شرف للإعلانات الطبية والعلمية في وسائل الإعلام للحد منها، وأهمية تفعيل ميثاق العمل الصحفي والإعلاني وقوانين النشر ويكون ملزماً للعاملين والباحثين في حقل الإعلام الطبي.

دراسة,.Denchine et al 2007: بعنوان: A Decade of Direct – to Consumer Advertising of Prescription Drugs" (43):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة القوانين والنظم التي تشرع الإعلان المباشر ودراسة المصروفات التي تتم على هذا الإعلان وربطها بعدة جوانب كان أهمها التأثير على السعر، وكان من ضمن نتائجه ما يؤكد على أن الإعلان المباشر يقلل السعر نتيجة فتح سوق المنافسة والعرض والطلب.

ثالثاً: الدراسات الخاصة بتأثيرات الإعلان:

دراسة عب العزيز عبد الستار التركستاني 1999 بعنوان: تأثير الإعلان التليفزيوني الدولي على الجوانب الاجتماعية والثقافية في المملكة العربية السعودية"(44):

تهدف الدراسة التعرف على أثر الإعلان الدولي على الجوانب الاجتماعية والثقافية على المجتمع السعودي ومدى تأثيره على القيم الاجتماعية، من خلال التعرف على المضمون الثقافي والاجتماعي للإعلان الدولي في ثلاث قنوات تليفزيونية عربية هي: القناة الفضائية المصرية، ESC، وتليفزيون الشرق الأوسط MBC، والقناة التليفزيونية الأولى في التليفزيون السعودي، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان لتحديد ومعرفة التدفق الإعلاني وأهدافه وقيمه التي يبثها وأثره على المجتمع السعودي خلال فترة الدراسة من 1997/5/21 حتى 1997/8/25 باستخدام الأسبوع الصناعي المركب. وتمثلت عينة الدراسةفي (555) إعلان ينطبق عليها صفة الإعلان الدولي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

الإعلان الدولي يؤثر في القيم والعلاقات الاجتماعية بنسبة 7ر67% من أفراد العينة، كما عارض 3ر33 من العينة تأثير الآثار السلبية للإعلان الدولي على العلاقات الاجتماعية في المجتمع السعودي.

الإعلان الدولي له تأثيراته الثقافية على القيم واللغة والتصوراتفي المجتمع السعودي.

تميزت قناة MBC بكثافة الإعلانات عن قنوات الدراسة الأخرى.

زيادة الإعلانات عن السلع المستوردة في قناة MBC.

تركز الإعلانات في قناة MBC على صفة المرح والقوة والرجولة للرجل السعودي، وتعتمد الإعلانات الفضائية المصرية على صفة الوسامة والجاذبية في الرجل، كما تعتمد الإعلانات في جميع القنوات على صفة المظهر العصري للرجل.

وأوضحت الدراسة بضرورة توافر قنوات للحوار بين الأكاديميين والممارسين

بهدف تعميق الوعي لدى الممارسين بأثر الوسائل الإعلانية على المجتمع، وكذلك ضرورة وضع ضوابطها منظمة للإعلان وتوضع موضع التنفيذ ودعم قدرة صناعة الإعلان العربي.

دراسة أميمه أحمد معراوي 1997 بعنوان: "تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الاستهلاكي للمرأة الأردنية – دراسة ميدانية"(45):

تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الاستهلاكي للمرأة الأردنية، ذلك نظراً لمعايشة الباحثة لحياة الأسرة الأردنية واعتمدت الباحثة في بحث هذه المشكلة على نموذج (هوارد وشيث) حيث يجمع بين متغيرات عديدة تؤثر على سلوك المستهلك، بالإضافة إلى أن هذا النموذج يشير صراحة لمراحل عملية الشراء، واعتمدت الباحثة على عينة مكونة من (200) مفردة (سيدة) بأسلوب المعاينة العشوائية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي لتناسبه مع طبيعة الظاهرة موضع الدراسة بغرض تحليل العلاقات بين المتغيرات كذلك استخدمت صحيفة الاستقصاء في جمع المعلومات،

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

لا يؤثر المستوى التعليمي للمرأة في أسباب الحرص على مشاهدة الإعلانات، كذلك المهنة وإنما تؤثر مدى جودة فكرة الإعلان وإخراجه على مدى إعجاب المبحوثات بالإعلان.

كلما استطاع الإعلان القضاء على فكرة التنافر المعرفي الموجودة لدى الجمهور، كلما استطاع الإعلان إنهاء الحيرة لدى أفراد الجمهور باختيار سلعة معينة.

دراسة محمود يوسف مصطفى 1994 بعنوان: "البث المباشر وخطورته على المجتمع الإسلامي"(46):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية المضامين والبرامج التي يقدمها البث المباشر وتوصيفها وتحديد نوعية التأثير الذي يمكن أن تحدثه على المجتمع بفئاته المختلفة من أطفال شباب ونساء وذلك بهدف توضيح أبعاد هذا البث ومعالمه الحقيقية وأهدافه بشكل يساعدنا على المواجهة،

واستخدمت الدراسة تحليل المضمون الكيفي في إطار منهج المسح، واعتمدت الدراسة على عينة من قنوات البث المباشر منها الفرنسية الدولية CFI والأخبار الأمريكية CNN والقناة المغربية والقناة الكويتية والأردنية، وقناة دولة الإمارات العربية، والقناة الفضائية المصرية، وقامت الدراسة بدراسة مضامين هذه القنوات خلال شهر ديسمبر 1993 خاصة الأفلام العربية والأجنبية والمسلسلات العربية والأجنبية والأغاني العربية والأجنبية، عروض الأزياء، والإعلانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إن مضامين البث المباشر سواء كانت قنوات فضائية أجنبية أو عربية تركز على العنف والجريمة وغيرها من الموضوعات التي تحكي عادات وتقاليد غريبة على المجتمعات الإسلامية والعربية وتقدم سلوكيات وقيم لا تروج في مجتمع إسلامي.

تركز موضوعات قنوات البث المباشر على موضوعات الجنس والعنف والإثارة من خلال مشاهد ومناظر خلال الأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية وعروض الأزياء وملكات الجمال وفتيات الإعلانات.

دراسة عطا محمد الخطيب 2012 بعنوان: "أثر الإعلان الدوائي المباشر للزبائن على قراراتهم الشرائية – دراسة تطبيقية على الزبائن في المملكة الأردنية الهاشمية"(47):

هدفت الدراسة للكشف عن أثر التسويق الصيدلاني المباشر للزبائن على قراراتهم الشرائية في المملكة الأردنية الهاشمية.

ولتحقيق أهداف الدراسة المتمثلة بالكشف عن أن هناك أثر للوعي الصحي بأبعاده (الوعي بالفوائد، الوعي بالمخاطر، الوعي بالتأثيرات الجانبية، الوعي بالتداخلات الدوائية، على قرارات الزبون وإن كان هناك أثر لمصدر المعلومات الطبية والعامل الاقتصادي المتمثل بمستوى الدخل بالقرارات الشرائية للزبون.

وقام الباحث بتطبيق استبيان شمل (32) فقرة وذلك لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة وتم جمع البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وتكونت عينة الدراسة من (484) مفردة من الزبائن في المملكة الأردنية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة النتائج منها:

وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الوعي الصحي على قرار الزبونفي المملكة الأردنية الهاشمية على الإعلان المباشر للزبون ومجتمعه.

وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الوعي الصحي بخطورة الدواء والوعي الصحي بالفوائد المرجوة والوعي الصحي بالأعراض الجانبية.

وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الوعي بالتداخلات الدوائية.

عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الوعي الصحي بالتداخلات الدوائية وبعد مصدر المعلومات الطبية على قرار الزبون.

عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعامل المستوى المادي على قرار الزبون.

دراسةHong ching 1996بعنوان:"ثقافة الإعلان في مجلات المستهلك الأبعاد التأثيرات"(48):

أجريت هذه الدراسة على عينة من الإعلانات الصينية (ثلاث قنوات تليفزيونية)، وكذلك ثلاث قنوات تليفزيونية أمريكية هي (ABC – CBS – NBC) لمعرفة القيم الثقافية التي تعكسها هذه الإعلانات.

وقد عرفت هذه الدراسة القيم بأنها الأفكار والمبادئ التي تحكم وتقود التفكير والسلوك في مجتمع ما وهي تمثل قوة كبيرة في تشكيل دوافع ونمط حياة المستهلك وتحديد اختياراته.

وتوصلت الدراسة إلى أن القيم المسيطرة على الإعلان الأمريكي هي الرمزية بينما القيم الصينية تميل إلى الإيثار والرمزية.

وأن القيم المتضمنة في الإعلان عن السلع المستوردة تميل إلى الثقافة الغربية في الصين، وقد رصد الباحثان ثمان وعشرين قيمة ثقافية مثل (الطبيعة - الجماعة والفردية والأسرية - والشوارع - حب المغامرة - الشباب - النضارة).

وأشارت النتائج إلى أن هذه القيم التي تضمنتها الإعلانات في الصين تميل إلى الإيثارية والجماعية، بينما تميل قيم الإعلانات في أمريكا إلى الفردية وقد اشتركت الإعلانات في الدولتين في قيمتي التحضر والشباب فقط.

دراسة**Biener Lois 2001** بعنوان:"تأثير الرسائل الإعلانية المذاعة وفاعليتها لحث الشباب للإقلاع عن التدخين"(49):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية تنوع الرسائل الإعلانية لحث الشباب عن الإقلاع عن التدخين، حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها 618 مفردة ما بين (12 – 15) سنة في مدينة (ماساشوستس) بالولايات المتحدة الأمريكية، واستخدم الباحث نموذج الاستدعاء ومعادلة (JEE) على ثمانية إعلانات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، إن الإعلانات التي عرضت رسائل تتعلق بالعواقب الصحية الخطيرة للتدخين كانت لها رد فعل

انفعالي سلبي من قبل الشباب وأن الإعلانات اعتمدت على أسلوب النكتة كان لها تأثير قوي على المستمعين أكثر من الإعلانات الجادة.

دراسةKanfar et al., 2008 بعنوان: تأثير الإعلان التليفزيوني على التغيرات لدى الزبون في استخدام الأدوية Self-Reported Influence of Television" Based Direct-to-Consumer Advertising an patient seasonal Allergy and Asthna Medication use, An Internet Survey, 2008"(50):

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير الإعلان التليفزيوني على التغيرات لدى الزبون في استخدام الأدوية، فقد تم عمل هذه الدراسة باستخدام استبيان على عدد من الزبائن وكانت النتائج ما يلي:

4ر12% من الزبائن كانوا يناقشون الدواء المعلن عنه مع أطبائهم بناء على المعلومات المقدمة من الإعلان المباشر.

44% يغيرون الدواء الموصوف لهم نتيجة النقاش مع الأطباء.

80 ممن تطوعوا في الدراسة قد شاهدوا الإعلانات المباشرة وأمنوا بها.

7ر6 منهم كانوا يناقشون أطبائهم باسم الدواء.

تمكن 1ر39 من أفراد الدراسة من تغيير اسم الدواء لما يريدون بناء على مشاهدتهم للإعلان المباشر.

دراسة Lisa Henn Ksan and june flora 1999 بعنوان: "التأثير المدرك للإعلانات المتعلقة بالتدخين"(51):

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة التأثير المدرك للإعلانات المتعلقة بالتدخين، وأجرى الباحثان دراستين: الدراسة الأولى تم إجراؤها على عينة قوامها (571) مفردة من تلاميذ الصف السابع.

وأظهرت النتائج أن الأطفال يعتقدون أن إعلانات السجائر تؤثر في الآخرين أكثر من تأثيرها عليهم أنفسهم، والدراسة الثانية عبارة عن دراسة تجريبية على عينة بلغت (666) تلميذاً بالصفوف الرابع والسادس والثامن، حيث تم عرض إعلانات عن التدخين لمدة (10) دقائق.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها، تأثير الشخص الثالث فيما يتعلق بالإعلانات المؤيدة للتدخين بينما حدث العكس بالنسبة للإعلانات المعارضة له.

دراسةEthmm- Wilson/Etham mercy 2003 بعنوان: "تأثير إعلانات الأدوية في الراديو والتليفزيون على الجمهور"(52):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير إعلانات الأدوية في الإذاعة والتليفزيون على الجمهور، وطبقت هذه الدراسة على عينة من السكان البالغينفي منطقة "أبدان" في نيجيريا.

واستخدم الباحث صحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن الإعلانات التليفزيونية لها تأثير إيجابي على السكان سواء وجد لخلق الوعي للجمهور أو تعزيز حالة الوعي حول الآثار الإيجابية والسلبية للأدوية، وأن الإعلانات في وسيلتي الإعلام الإذاعة والتليفزيون لا تقدم سوى 25% من المعلومات حول مخاطر الأدوية التي تمثل خطراً على الإنسان بشكل مباشر وفي حين تقدم من 50 – 80% من المعلومات حول مخاطر الأدوية التي لا تمثل خطر على حياة الإنسان، كما اتضح أيضاً أن الإعلانات التليفزيونية كانت أكثر تأييداً من الإعلانات الإذاعية.

التعليق على الدراسات السابقة :

بالنسبة للدراسات الخاصة بالإعلان وجد الباحث أن هناك دراسات تتعلق بالإعلان التليفزيوني والقيم والاتجاهات والدوافع وهناك دراسات تعرضت للإعلان من النواحي الفنية والاقتصادية والتنظيمية.

ووجد أن هناك دراسات تعرضت لأثر الإعلان على نفسية المشاهدين، وكذلك على تصرفاتهم وسلوكهم وكذلك على دوافعهم الخاصة بالمشاهدين للإعلان.

وأيضاً لوحظ أن هناك دراسات متعلقة بالإعلان التليفزيون الدولي ودراسات بالتليفزيون الفضائي المتعلقة بالإعلان الدولي والخصائص الدولية.

ولوحظ أيضاً أن الدراسات النفسية لها ارتباط وعلاقة وطيدة بالدوافع الإعلانية المستخدمة في إعلانات القنوات الفضائية العربية.

وهناك دراسات متعلقة بالإعلان التليفزيوني والقيم والقنوات الفضائية

وتناولت جوانب متعددة من حيث الإعلان وأثره على القيم المجتمعية في العالم العربي والأجنبي.

كما أن هناك دراسات متعلقة بتأثيرات الإعلان على المجتمع الإسلامي وكذلك أثر البث المباشر على مجتمعنا الإسلامي وتأثيرات الإعلان المتعلقة بالعقاقير والأدوية والضوابط والقيم الأخلاقية للإعلان من الأدوية والعقاقير الطبية.

واستفاد الباحث من هذه الدراسات في تشكيل رؤية شاملة حول أنواع الدراسات المتعلقة بالإعلان وارتباطها بجوانب حياتية متعددة بالنسبة للأفراد والمجتمع، وعن طريق هذه الدراسات تم صياغة هذه الدراسة المتعلقة بالاتجاهات.

وتم بلورة فكرة هذه الدراسة بعنوان: اتجاهات الرأي العام نحو إعلانات العقاقير والمستحضرات الطبية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بقبول الجمهور لها أو الإحجام عنها – دراسة ميدانية.

نظرية المسئولية الاجتماعية:

أيقنت كل من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأوروبا خطورة الزحف الإعلاني على الشاشة الصغيرة الحجم، القوية التأثير، حيث أُنشأت بأمريكا لجان حكومية هدفها التصدي للإساءة للنشاط الإعلاني،

كما أسست الفعاليات الإعلامية في المملكة المتحدة منذ عام 1928، وفي عام 1974 نشر أول قانون أهلي للممارسة الإعلانية وعلى مستوى السوق الأوربية المشتركة أدخل مجلس السوق

في جدول أعماله موضوع حماية المستهلك واستطاع إصدار أول قرار لحماية المستهلك منذ عام 1984م(53).

ولقد تضمن ميثاق الشرف الخاص بالإعلان التليفزيوني الأمريكي والذي اعتبره الكثيرون أفضل نموذج يعبر عن أخلاقيات الوسيلة على العديد من الأخلاقيات المهنية والمجتمعية معاً ومن أهمها(54):

ضرورة توافق الرسالة الإعلانية مع العادات والمبادئ العامة للمجتمع حتى لا تنهك أساسيات وقواعد الآداب العامة.

أهمية مراعاة الإعلان لاستخدام لغة إعلانية راقية تبتعد عن المصطلحات الغريبة والهابطة التي تسيء إلى اللغة.

ضرورة توخي المعلن الدقة في كافة المعلومات المتضمنة داخل الإعلان ضماناً لاستمرار ثقة الجماهير فيه.

لذلك كان استخدام نظرية المسئولية الاجتماعية ضرورة في هذه الدراسة لأن الدساتير وأسس وقواعد العمل الإعلامي وأخلاقياته تفرض على المعلن أن يراعى الدور والمسئولية الاجتماعية لهذه الإعلانات ومدى توافقها مع القيم المبادئ الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه.

كما أن هذه النظرية تبنى على أن الحرية حق وواجب ونظام ومسئولية في وقت واحد، وبعبارة أخرى هذه النظرية ترى أن الحرية حق وراءه واجب لابد أن يشعر به المستمتع بهذه الحرية، ومعنى ذلك كلما أن الحرية تحمل في طياتها تبعات كثيرة يجب أن تضطلع بها وسائل الإعلام مقروءة أو مرئية أو مسموعة أمام

المجتمع عند القيام بالوظائف التالية(55):

خدمة النظام السياسي القائم وذلك عن طريق الإعلام.

تنوير الجمهور بالأرقام والحقائق تنوير يسهل الحكم على الأمور.

صيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة هؤلاء.

خدمة الحياة الاقتصادية عن طريق الإعلانات التي تتم بين كل من البائع والمشتري على السواء.

رعاية مصالح العامة وتفضيلها على المصالح الخاصة أو الحيلولة دون هذه الأخيرة حتى لا تضر بالصالح العام.

إذن هذه النظرية تضع الصالح العام في المقام الأول دون المساس أو الإضرار بالأفراد حتى في عملية الإعلانات وعملية البيع والشراء من خلال هذه الإعلانات وكذلك تنوير الأفراد بالحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة عن السلع والخدمات.

الدراسة الميدانية:

تمثلت الدراسة الميدانية في تطبيق استمارة الاستقصاء أو الاستبيان على عينة من المبحوثين الذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية ويمثلون فئات عديدة من المجتمع حيث تم إجراء عدد قدره (500)مفرده من العينة الممثلة للمجتمع الأصلي للدراسة ويمثلون فئات مختلفة في المهنة والسن وهم (100) من الموظفين و(100) من أساتذة الجامعات و(100) من الطلاب وطالبات الجامعات و(100) من الحرفيين والمهنيين و(100) من ربات البيوت.

لكي يمثلون كافة أفراد المجتمع وجاءت الدراسة الميدانية كالآتي:

جدول رقم (1)

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكور	240	%48
إناث	260	%52
المجموع	500	%100

تشير الأرقام والبيانات بالجدول رقم (1) أن فئة الإناث بلغت 260 مفردة بنسبة قدرها 52%، وبلغت فئة الذكور 240 مفردة بنسبة 48% وأن نسبة الإناث هي النسبة الأكبر بين أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (2)

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن

السن	العدد	النسبة المئوية
أقل من 20	100	00ر20%
20 إلى أقل من 30	150	00ر30%
30 إلى أقل من 40	129	80ر25%
40 إلى أقل من 50	96	20ر19%
50 – إلى أقل من 60	25	00ر5%
المجموع	500	100%

توضح البيانات بالجدول رقم (2) أن فئة 20 إلى أقل من 30 سنة هي النسبة الأكبر بين عينة الدراسة حيث بلغت (30%) وجاء في المرتبة الثانية فئة من 30 إلى اقل من 40 ثم جاءت من أقل من 20 في المرتبة الثالثة حيث بلغت (20%) وفئة

من 140 إلى أقل من 50 سنة بلغت(19%)،وأخيرا جاءت فئة 50 إلى 60 في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها (5%).

جدول رقم (3)

يوضح عينة الدراسة حسب العمل (المهنة)

العمل أو المهنة	العدد	النسبة المئوية
- موظف	200	%40ر00
- حرفي أو مهني	40	%8ر00
- ربات بيوت وأعمال حرة	60	%12ر00
- طلاب جامعات	100	%20ر00
- أساتذة جامعات وهيئة معاونة	100	%20ر00
المجموع	500	%100

بلغت نسبة الموظفين في الجدول (3) أعلى نسبة بين أفراد عينة الدراسة من حيث العمل أو المهنة حيث بلغت 40% وجاءت نسبة فئة أساتذة الجامعات وطلاب الجامعات بنسبة متساوية حيث بلغت 20% وذلك لأنه تم تطبيق عدد (100) استمارة مع (100) من أساتذة الجامعات والهيئة المعاونة وكذلك تم تطبيق (100) استمارة على 100 مفردة من طلاب الجامعات.

بينما جاءت فئة ربات بيوت وأعمال حرة بنسبة (12%) وأخيراً جاءت فئة حرفي أو مهني بنسبة (8%) في المرتبة الأخيرة من فئات الدراسة من حيث العمل أو المهنة.

إذن هناك تركيب مهني بالنسبة لأفراد الدراسة كجزء من سمات المجتمع المصري.

جدول رقم (4)

يوضح مدى مشاهدة القنوات الفضائية

مشاهدة القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
نعم أشاهد	390	%78
أحياناً أشاهد	100	%20
لا أشاهد	10	%2
المجموع	500	%100

احتلت نسبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية أعلى نسبة بين الفئات حيث بلغت (78%) وأحيانا بلغت نسبة (20%)، وأخيراً لا أشاهد (2%).

إذن النسبة الغالبة لأفراد الدراسة هي المشاهدة للقنوات الفضائية بشكل عام وبذلك أيضا يمكن القول أنهم يشاهدون برامج وإعلانات وأفلام ومسلسلات وكل ما يبث عبر هذه القنوات الفضائية التي تبث عبر الأقمار الصناعية والتي تستقبل بالمنازل عبر الأطباق.

جدول رقم (5)

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوع القناة المفضلة للمشاهدين

نوع القناة	التكرار	النسبة المئوية
المحور	39	%8
دريم	75	%15
CBC	67	%13
الجزيرة	35	%7
النهار	42	%8
MBC	37	7
الرحمة	44	%9

اقرأ	10	%2
الحياة	67	%13
الأولى المصرية	19	%4
مصر 25	13	%3
روتانا	26	%5
القاهرة والناس	13	%3
ميلودي	13	%3
الإجمالي	500	%100

بلغت القنوات المفضلة لدى جمهور أو عينة الدراسة عدد كثير جداً من القنوات، وأشار أفراد الدراسة في اختيارهم إلى القنوات الفضائية إلى أكثر من قناة تم اختيارها من جانب مفردة واحدة.

إلا أن الأرقام بالجدول رقم (5) تشير وتوضح إلى أن قنوات دريم بلغت أعلى في المشاهدة من غيرها حيث بلغت نسبتها (15%)، أما قنوات الحياة و CBC بلغت نسبة (13%) في المرتبة الثانية، ثم جاءت قنوات المحور والنهار بنسبة متساوية قدرها (8%)، وجاء بعد ذلك قنوات الجزيرة و MBC بعدد متقارب ونسبة قدرها (7%).

وتفاوتت بعض القنوات الفضائية في إعدادها ونسبتها المئوية مثل قناة روتانا بنسبة (5%) والأولى المصرية بنسبة (4%)، القاهرة والناس وميلودي بنسبة متساوية قدرها (3%)، وأخيراً قناة اقرأ بنسبة (2%).

إذن هناك تفاوت في مشاهدة القنوات الفضائية من جانب أفراد الدراسة

ويرجع ذلك إلى هذا الكم الهائل من القنوات الفضائية التي تحيط بالإنسان من كل مكان وأصبح لزاماً على الإنسان مشاهدتها ومتابعتها نظراً لتعددها وتنوعها في المضامين الإعلامية وأيضاً لتعدد السياسات الإعلامية لكل قناة وكذلك لتفضيل أفراد عينة الدراسة بعض القنوات دون غيرها.

جدول رقم (6)

يوضح العلاقة بين نوع العقاقير والمشاهدة

المشاهدة / نوع العقاقير	نعم أشاهد	أحياناً	لا أشاهد	المجموع
إعلانات مستحضرات التجميل	77	20	2	99
إعلانات الكريمات	78	25	2	105
الإعلانات الخاصة بعقاقير الشعر	66	15	1	82
الأجهزة الرياضية	20	5	1	26
إعلانات العقاقير الخاصة بالخدمة بالخصوبة الذكورة	57	7	1	65

إعلانات خاصة بالسمنة	65	15	2	82
كل ما سبق	27	13	1	41
المجـمــوع	390	100	10	500

قيمة كا2 الجدولية = 31ر9 قيمة كا2 المحسوبة = 00ر21 د.ح = 12 مستوى الدلالة = 5%.

تشير البيانات التي بالجدول أن هناك علاقة بين نوع إعلانات المستحضرات والعقاقير الطبية والمشاهدة حيث بلغت نسبة مشاهدة الإعلانات الخاصة بكريمات التجميل أعلى تكرار بين فئات العقاقير الطبية حيث بلغت (78) تكرار ثم تلتها إعلانات مستحضرات التجميل، وجاءت الخاصة بكريمات الشعر وعقاقير الشعر بتكرار قدره (66)، ثم إعلانات السمنة (65) تكرار وإعلانات العقاقير الطبية بشكل عام (57) تكرار وكل ما سبق (27) تكرار وأخيرا جاءت إعلانــات الأجهزة الرياضية بـ(20) تكرار.

ويلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع العقاقير والمشاهدة وتفضيل أفراد الدراسة لبعض الإعلانات على غيرها من الإعلانات أيضا المتعلقة بالعقاقير المستحضرات الطبية حيث بلغت قيمة كا2 الجدولية 31ر9 وقيمة كا2 المحسوبة – ر21 عند مستوى دلالة = 5%.

جدول رقم (7)

يوضح العلاقة بين وجهة نظر الجمهور للإعلانات والمشاهدة

المشاهدة / وجهة النظر	أشاهد	إلى حد ما	لا أشاهد	المجموع
إعلانات لا نهتم بها	149	14	4	167
إعلانات نهتم بها	50	7	1	58
نأخذها من منطق التسلية	65	12	2	79
إعلانات جذابة ومشوقة	30	8	1	39

غير مفيدة لنا	96	59	2	157
المجـمــوع	390	100	10	500

قيمة كا2 الجدولية = 5ر15 قيمة كا2 المحسوبة = 12ر48 د.ح = 8 مستوى الدلالة = 1%.

أشارت الأرقام إلى أن عدم الاهتمام بالنسبة لهذه الإعلانات من جانب أفراد الدراسة هي النسبة الغالبة حيث بلغت (149) تكرار وهي الأعم بين باقي الفئات بينما جاءت فئة غير مفيدة لنا بعدد قدره (96) تكرار ونأخذها من منطق التسلية بعدد قدره (65) تكرار وفئة وإعلانات نهتم بها ونتصل للحصول عليها بلغت (50) تكرارات وأخيراً إعلانات جذابة ومشوقة بلغت (30) تكرار.

ولوحظ أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وجهة النظر والمشاهدة حيث كانت قيمة كا2 المحسوبة (12ر48) أكبر من قيمة كا2 الجدولية (5ر15) على درجة ثقة 99%.

وهذا يعني أن وجهة نظر الجمهور لهذه الإعلانات أنه يأخذها للتسلية وأنها إعلانات جذابة ومشوقة وأن الجمهور لا يهتم بهذه الإعلانات.

جدول رقم (8)

يوضح العلاقة بين وجهة النظر ووسيلة الإقناع

وجهة النظر / وسيلة الإقناع	نعم مقتنع	إلى حد ما	لا	المجموع
استخدام التجربة	**10**	**20**	**46**	**76**
عرض طريقة الاستعمال	**6**	**9**	**30**	**45**
ذكر نتائج سابقة	**7**	**17**	**25**	**49**
الإعلان عنها باستمرار	**20**	**30**	**64**	**114**
رخص أثمانها	**5**	**10**	**15**	**30**
إغراء المشاهد	**22**	**45**	**100**	**167**

أخرى تذكر	5	4	10	19
المجموع	75	135	290	500

كا2 المحسوبة = 10ر7 قيمة كا2 الجدولية = -ر21 - د.ح = 12مستوى الدلالة =

تشير البيانات والأرقام إلى أن وجهة نظر الجمهور نحو وسيلة الإقناع غير ذات أهمية من جانب المشاهد أو من وجهة نظر أفراد الدراسة إلا أن فئة إغراء المشاهد جاء في المرتبة الأولى وذلك بتكرار قدره (22) بينما الإعلان عنها باستمرار بلغ (20) تكرار واستخدام التجربة (10) وتفاوتت وسائل الإقناع الأخرى مثل عرض طريقة الاستعمال إذن هناك طرق اقناعية تستخدم في الإعلانات منها التجربة وكذلك تكرار الإعلان أكثر من مره.

وذكر نتائج سابقة حيث بلغت (6، 7) وأخيراً تساوت فئة أخرى تذكر مع رخص ثمن هذه الأنواع من العقاقير والأدوية حيث بلغت (5) تكرار.

ووجد أن هناك علاقة غير دالة إحصائية بين وجهة النظر من جانب الجمهور ووسيلة الإقناع المستخدمة من جانب القنوات الفضائية حيث بلغت كا2 المحسوبة = 10ر7، وبلغت كا2 الجدولية = -ر21 عند درجة حرية = 12. وذلك يشير إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً.

جدول (9)

يوضح العلاقة بين مدى اقتناع الجمهور بالإعلانات والشفاء والعلاج من الأمراض

الاقتناع / العلاج والشفاء	نعم مقتنع	إلى حد ما	لا	المجموع
تشفي إلى حد كبير	10	25	40	75
تشفي إلى حد ما	25	50	80	155
لا تشفي	40	60	170	270
المجموع	75	135	290	500

قيمة كا2 الجدولية = 49ر9 قيمة كا2 المحسوبة = 78ر7 د.ح = 4 مستوى الدلالة = 5%.

أشارت الأرقام أن أغلب أفراد الدراسة أشاروا إلى أن هذه العقاقير الطبية والمستحضرات الطبية غير مقتنعين بها أو بقدرتها على الشفاء حيث بلغت نسبة عدم الاقتناع (290) تكرار وكذلك إلى حد ما بلغت (135) تكرار، أما نسبة الاقتناع وقدرتها على الشفاء والعلاج بلغت(75).

وهذا يدل على أن النسبة الأعلى بينهم غير مقتنعين بقدرة هذه المستحضرات والعقاقير على شفاء أمراض الجمهور، ولوحظ أن هناك علاقة غير دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة كا2 الجدولية 49ر9، وقيمة كا2 المحسوبة = 78ر7 عند درجة حرية 4، ومستوى الدلالة = 5%.

جدول رقم (10)

يوضح العلاقة بين تكرار الإعلان والشعور بالملل من جانب الجمهور

الشعور بالملل / تكرار الإعلانات	نعم أشعر بالملل	لا أشعر بالملل	أشعر أحيانا	المجموع
نعـم	33	30	3	66
لا	335	60	5	400
إلى حد ما	12	20	2	34
المجموع	380	110	10	500

قيمة كا2 الجدولية = 49ر9 قيمة كا2 المحسوبة = 67ر55 د.ح = 4 مستوى الدلالة = 1%.

توجد إشارات صريحة من جانب أفراد الدراسة إلى أنهم يشعرون بالملل من تكرار الإعلانات عن العقاقير والمستحضرات الطبية باستمرار في القنوات الفضائية. حيث أشار (380) من أفراد الدراسة هي النسبة الغالبة أنهم يشعرون بالملل، فيما أشارت فئة قدرها (110) تكرار أنها لا تشعر بالملل حيث أنها تنظر إلى هذه الإعلانات على أنها مواد إعلامية للتسلية وأخيراً جاءت فئة أشعر أحياناً بأقل عدد من التكرارات قدره (10) أشعر بالملل.

ووجد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكرار والشعور بالملل من جانب الجمهور حيث بلغت قيمة كا2 الجدولية = 49ر9، وقيمة كا2 المحسوبة 67ر55، عند درجة حرية = 4 ومستوى الدلالة = 1%.

إذن تكرار هذه الإعلانات يصيب المشاهدين للقنوات الفضائية بالملل من هذا الكم الهائل والمتكرر من الإعلانات من المستحضرات والعقاقير الطبية.

جدول رقم (11)

يوضح مدى حدوث جدل وهدف الإعلانات الطبية

حدوث الجدل / هدف الإعلانات	نعـم	إلى حد ما	لا	المجموع
تحقيق مكسب مادي	290	124	66	480
تقديم خدمه للمشاهدين	-	-	-	-
خداع المشاهدين	-	-	-	-
لا تهدف إلى شيء	19	1	-	20
المجموع	309	125	66	500

قيمة كا2 المحسوبة = 81ر9 قيمة كا2 الجدولية = 99ر5 د.ح = 2 مستوى الدلالة = 5%.

تشير البيانات أن هناك جدل يدور بين الأفراد وذويهم وأصحابهم أيضاً وإشارة صريحة من الفئة الأكثرية من أفراد الدراسة إلى أن هذه الإعلانات تهدف إلى تحقيق مكسب مادي بالدرجة إلى حد ما 124 و لا بلغت 66 تكرار. وجاءت فئةلا تهدف إلى شيء بتكرار قدره (19) حيث بلغت فئة تحقيق مكسب مادي (290) وإلى حد ما بتكرار واحد فقط.

ويتضح أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حدوث جدل وهدف هذه الإعلانات وأن الجدل يقع بين الأصحاب والأقارب والأصدقاء في العمل، ويدل على ذلك وجود علاقة إحصائية ذات دلالة حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة = 61ر9 وقيمة كا2 الجدولية = 99ر5، ودرجة حرية=2، ومستوى الدلالة = 5%.

جدول (12)

يوضح العلاقة بين أهمية الإعلانات ومدى الاحتياج لها

مدى الاحتياج لها / أهمية الإعلانات	نعم أحتاج لها	غير محتاج لها	المجموع
تلبي رغباتي إلى حد كبير	57	43	100
لا تلبي رغباتي	30	150	180
إلى حد ما تلبي	30	190	220
المجموع	117	383	500

قيمة كا2 المحسوبة = 24ر79 قيمة كا2 الجدولية = 99ر5 د.ح = 2 مستوى الدلالة = 1%.

اتضح من الجدول أن فئة غير محتاج إلى هذه الإعلانات هي الفئة الغالبة والأعلى من حيث التكرار حيث بلغت (383)، تكرار وفئة أحتاج لها (117) تكرار.

ويوضح أيضا أفراد الدراسة أنها لا تلبي رغباتهم حيث بلغت (180) تكرار وإلى حد ما تلبي (220) تكرار، ووجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية الإعلانات ومدى الاحتياج لها حيث كانت قيمة كا2 المحسوبة أكبر من قيمة كا2 الجدولية حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 79.24 وقيمة ك الجدولية = 5.99.

جــــدول رقــــم (13):

يوضــح الشعـــور بالصدق والاستغناء عن إشارة الطبيب

الاستغناء عن استشارة الطبيب / الشعور بالصدق	أعتقد إلى حد كبير	أعتقد إلى حد ما	لا أعتقد	المجموع
أشعر أنها صادقة	2	3	4	9
صادقة إلى حد ما	5	20	100	125

غير صادقة	10	80	276	366
المجموع	17	103	380	500

قيمة كا2 المحسوبة = 13ر72 قيمة كا2 الجدولية = 9ر49 د.ح = 4 مستوى الدلالة = 5%.

تشير الأرقام بالجدول (13) أن الشعور بعدم صدق هذه الإعلانات هو الأعلى بين الفئات الأخرى حيث بلغ (366) تكرار ويكاد يتساوى مع أنها لا أعتقد حيث بلغت أيضا (380) تكرار، أما صادقة إلى حد ما بلغت (125) تكرار، وأيضا متقاربة مع أعتقد إلى حد ما حيث بلغت أيضا (103)، وأشعر أنها صادقة بلغت (9)تكرارات،وتكاد تكون متقاربة مع أعتقد إلى حد كبير حيث بلغت (17) تكرار.

وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الشعور بالصدق والاستغناء عن استشارة الطبيب حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة = 13ر72، وقيمة كا2 الجدولية = 9ر49 عند درجة حرية = 4، ومستوى دلالة = 5%.

جدول (14)

يوضح العلاقة بين وجود دور رقابي والجهة المسئولة

الدور الرقابي / الجهة المسئولة	نعم يوجد	لا يوجد	المجموع
وزارة الصحة	150	18	168
وزارة الإعلام	292	1	293
كل قناة مسئولة عن الإعلانات بها	38	1	39
المجموع	480	20	500

قيمة كا2 المحسوبة = 46ر3 قيمة كا2 الجدولية = 99ر5 د.ح = 2 مستوى الدلالة = 5%.

كافة أفراد الدراسة أكدوا مما لا يدع مجالاً للشك أنه يوجد دور رقابي حيث أشارت فئة نعم يوجد بتكرار قدره (480) وفئة لا يوجد بلغت (20) تكرار وهذا يشير إلى ضرورة الالتزام بنظرية المسئولية الاجتماعية ومسئولية القنوات الفضائية التزام الصدق في الإعلانات.

أما عن الجهة المسئولة فقد تعددت الآراء من جانب أفراد الدراسة، فهناك من أشار بأن وزارة الإعلام هي المسئولة في المقام الأول حيث بلغت (293) تكرار، كما أشار عدد آخر أن المسئول هي وزارة الصحة بتكرار قدره (168)، وأخيرا جاءت فئة كل قناة مسئولة عن الإعلانات بها بتكرار قدره (38)، وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدور الرقابي والجهة المسئولة كانت قيمة كا2 المحسوبة أكبر من قيمة كا2 الجدولية، ويدل ذلك على أنه لابد من وجود دور رقابي على هذه الإعلانات التي تهبط كالسيل على المشاهدين من كافة القنوات الفضائية.

جدول رقم (15)

يوضح مدى وجود دور رقابي على هذه الإعلانات من جانب الجهات المسئولة

لابد من وجود دور رقابي	ك	%
نعـم	500	%100
لا	-	-
الإجمالي	500	%100

تشير الأرقام في الجدول إلى أن كافة أفراد الدراسة أشاروا جميعاً وبنسبة (100%) إلى حتمية وجود دور رقابي من جانب الأجهزة المسئولة سواء كانت وزارة الصحة أم وزارة الإعلام، وكذلك من جانب القنوات نفسها وضرورة وضع قيود وقوانين على هذه الإعلانات المتعلقة بالمستحضرات الطبية والعقاقير حتى لا يقع الإنسان ولا يصاب بأي ضرر نتيجة استخدام هذه المستحضرات الطبية والعقاقير وحتى يعلم المشاهد أو مستخدم هذه الأنواع الجهة المسئولة عن هذه المنتجات.

أما عن المقترحات من جانب الجمهور لتقديم إعلانات صادقة عن عقاقير طبية ومستحضرات بطريقة سليمة وصحيحة فكانت كالآتي:

المقترح	التكرار	%
أن تخضع هذه الإعلانات والمنتجات للتجربة من قبل الجهات البحثية (مراكز البحوث العلمية)، ومن الممكن أن المراكز البحثية تنتج مثل هذه المنتجات تحت إشراف وزارة الصحة.	63	63
الرقابة الحقيقية لوزارة الصحة لأن هذه القنوات الإعلامية الفضائية هدفها الربح المادي والكسب المادي فقط.	100	20
أن يتم الإعلان عن هذه العقاقير والأدوية والمستحضرات الطبية عن طريق شركات الأدوية المعروفة ومسجلة بوزارة الصحة وليس شركات غير معروفة للجمهور.	165	33

الاعتماد على شركات معتمدة ومسجلة بوزارة الصحة وموثوق بها.	225	45
أن يأتي متخصص أو طبيب للإعلان عن هذه الأدوية والعقاقير الطبية بعد تجربتها والتأكد من أنها لا تسبب أي ضرر بعد استخدامها.	55	11
تخصيص قناة محددة للإعلان عن الأدوية وتكون لها درجة كبيرة من النزاهة والثقة.	115	23
لابد من خضوع القنوات لرقابة خاصة من الدولة.	90	18
لابد من وجود المسئولية من جانب القنوات وإلقاء دور اجتماعي لها وأن تعمل كل قناة تحت وازع الضمير الإعلامي وميثاق الشرف الإعلامي والمهني.	260	52

الإعلان عن الشركات المنشأة وطرق التواصل معها وشهادات من وزارة الصحة لإثبات صحة وصدق هذه الإعلانات والرقابة من الوسائل الإعلامية	45	9
إذا كانت هذه الإعلانات تحقق مكسب مادي يجب أن تهتم أكثر بنشر الوعي وتقديم خدمات إلى المشاهدين مع تحري المصداقية وعدم خداع المشاهدين.	60	12
يجب تقديم الإعلانات بصورة موضوعية ويجب خضوع هذه الإعلانات والمستحضرات الطبية لوزارة الصحة منعاً لحدوث أي أعراض مرضية بعد استخدامها.	120	24

أن يكون هناك رقابة من وزارة الصحة وتفاعل مع وزارة الإعلام والتنسيق فيما بينهم.	265	53
وجود رقابة مستمرة ومتابعة جيدة من جانب وزارة الصحة ووزارة الإعلام.	120	24
تقديم المنتجات المتعلقة بالمستحضرات والعقاقير الطبية عن طريق أطباء مشهورين ومعروفين ولابد من تقنين هذه الأدوية قبل الاستعمال.	105	21
تقديم صورة حية عن كل حالة قبل وبعد بمتابعة حية للمشاهد حتى يمكن توصيل الصورة السليمة للمشاهد.	40	8
يتم عرض هذه المنتجات للجهات المختصة والمراكز البحثية والجامعات ومراكز بحوث الأدوية حتى يتم التأكد من صحتها قبل الإعلان عنها.	65	13

أما عن القوانين والقيود التي يجب أن توضع على هذه القنوات لمنع الإعلانات الغير صادقة في الإعلان عن منتجاتها فكانت كالآتي:

أن تخضع هذه الإعلانات للجهات الرقابية المسئولة عنها.

سن قوانين رادعة لحجب القنوات الفضائية ومشاهدتها في حالة عرض هذه الإعلانات دون موافقة الجهات الرقابية.

وضع قوانين صارمة ومعاقبة من يخالفها مثل شرط خضوع المنتجات الدوائية، والعقاقير الطبية للتجربة.

تضع الحكومة رقابة أو تخص جهاز أو جهة في وزارة الإعلام أو التليفزيون وجهات رقابي مخصص لهذه الإعلانات والرقابة عليها.

وجوب وضع شروط وقواعد لذلك وتقديم ما يثبت صحة هذه العقاقير وتبعيتها لشركة من الشركات الموثوق بها.

التأكد من صحة المنتج قبل الإعلان عنه.

تجربة المنتج أيضاً قبل الإعلان عنه.

عدم السماح لأي شركة أدوية غير مصرح لها بالإعلان على القنوات الفضائية.

تشكيل لجنة من الأطباء الأكفاء لفحص هذه الأدوية.

تشديد العقوبة على الشركة التي يثبت عليها ترويج أدوية غير صحيةوغير سليمة.

تشديد العقوبات على الإعلانات الكاذبة على القنوات التي تعرضها وإن جاز التعبير غلق هذه القنوات.

تجريم وتغريم أصحاب الشركات المعلنة عن أدوية وعقاقير غير سليمة وجعلها جريمة جنائية.

تغريم أصحاب هذه القنوات والشركات غرامات كبيرة في حالة ثبوت عدم مصداقية الإعلانات.

تغريم القنوات نفسها التي تبث هذه الإعلانات دون التأكد من مصداقيتها.

محاكمة أصحاب القنوات التي تهدف إلى الربح دون مراعاة مصلحة الأفراد في المجتمع.

تحويل المسئولين عن هذه الإعلانات إلى المسائلة القانونية والملاحقة عن طريق المحكمة.

يجب وضع لوائح وقوانين للإعلان عن مثل هذه المنتجات.

لابد من فرض عقوبة بالحبس وغرامة مالية - باهظة.

غلق المؤسسات المخالفة لقواعد الإعلانات الصادقة والمؤسسات والشركات التي تتلاعب بصحة البشر.

أن تسن وزارة الإعلام لوائح وقوانين داخلية بوقف أي قناة تستخدم تلك الإعلانات فقط كوسيلة للربح.

محاكمة كل من تسول له نفسه بالتلاعب بمصلحة الأفراد والمجتمع مادياً وأخلاقياً.

سحب الترخيص وعدم مزاولة المهنة الطبية.

غلق القناة المخالفة لشروط العمل الإعلامي ومراعاة المصلحة الاجتماعية في المقام الأول وجعلها فوق كل المصالح.

نتائـج الدراسـة :

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي أمكن استخلاصها من الدراسة الميدانية التي أجريت على المبحوثين من خلال تطبيق استمارة الاستبيان عليهم وهي كالآتي:

هناك العديد من الإعلانات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية التي يشاهدها الجمهور.

تقديم القنوات الفضائية للعديد من المغريات من أجل حث المشاهدين على شراء هذه الأدوية والعقاقير والمستحضرات منها رخص الثمنأو زيادة الكمية في حالة الإقبال على شراء كمية أكثر.

أكثر الإعلانات التي يتم الإعلان هي المتعلقة بالمستحضرات الخاصة بالتجميل ومستحضرات وعقاقير الخصوبة والإنجاب ومستحضرات آلام الروماتيزم.

ليس هناك جهة مسئولة عن هذا السيل الوفير من الإعلانات المتعلقة بالمستحضرات الطبية والعقاقير وهناك ما يشبه إنفلات إعلاميفي الإعلان عن هذه العقاقير والمستحضرات.

توجد مداخل إقناعية من أجل اقتناء العقاقير والمستحضرات الطبية مثل عرض تجارب استخدام سابقة قبلية وبعدية وكذلك تكرار الإعلانات باستمرار في أكثر من قناة.

ليس هناك جهة مسئولة عن هذه الإعلانات المتعلقة بالمستحضرات الطبية والعقاقير يمكن أن تخضع الإعلانات الغير صادقة تحت طائلة القانون.

ليس هناك التزام من جانب القنوات بالمسئولية الاجتماعية للمجتمع التي تعمل فيه ودون مراعاة للمصلحة الاجتماعية وعدم الالتزام بنظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ويوضح ذلك وجود دلالة إحصائية بين ضرورة وجود دور رقابي والجهة المسئولة حيث بلغت قيمة كا2 الجدولية (5.99) معدل أكبر من ك المحسوبة (3.46).

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاهدة ونوع العقاقير والمستحضرات الطبية التي يعلن عنها ويوضح ذلك قيمة كا2 الجدولية 9.31 بينما قيمة كا2 المحسوبة 21.00 وهي أكبر من قيمة ك الجدولية.

وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين وجهة نظر المشاهدين ووسيلة الإقناع المستخدمة من جانب القنوات الفضائية حيث بلغت قيمة كا2 الجدولية 9.31 بينما بلغت قيمة كا2 المحسوبة 7.10 وهي أقل من الجدولية ويثبت ذلك عدم صحة الفرض الرابع .

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكرار الإعلانات وشعور المشاهدين بالملل حيث أجاب 380 فرد من أفراد الدراسة بأنهم يشعرون بالملل حيث بلغت قيمة ك الجدولية 9.49 بينما بلغت قيمة كا2 المحسوبة 55.67 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية ويوضح ذلك صدق الفرد الثاني .

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدور الرقابي والجهة المسئولة حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة أكبر من قيمة كا2 الجدولية، ويدل ذلك على ضرورة وجود جبهة مسئولة عن بث هذه الإعلانات على القنوات الفضائية التليفزيونية وإخضاع كافة القنوات لهذه الجهة للإشراف عليها.

توصيات الدراسـة:

خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات التي من شأنها الحد من هذا التقديم الغزير من الإعلانات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية وهذه التوصيات تعبر عن رؤية خاصة بالباحث، ومن خلال الدراسة الميدانية التي عبرت عن وجهات نظر متعددة لفئات مختلفة في الوظيفة والسن والحالة الاقتصادية والاجتماعية، وكذلك في ضوء نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وهي كالآتي:

لابد من التزام وسائل الإعلام وعلى الأخص القنوات الفضائية بالمصداقية والموضوعية في تناولها الإعلاني للمستحضرات والعقاقير الطبية.

مراعاة القنوات الفضائية التليفزيونية المسئولية الاجتماعية لها حيث أن لها دور هام في توفير المناخ الجيد للعلاقة بين المنتج والمستهلك (الإعلان).

الالتزام بقيم المجتمع وأخلاقياته وعاداته وتقاليده في ظل الانفتاح الإعلامي لوسائل الإعلام على أكثر من مجتمع.

خضوع مثل هذه الإعلانات المتعلقة بالعقاقير والمستحضرات الطبية لرقابة من جانب وزارة الصحة وكذلك وزارة الإعلام.

عدم الإعلان عن أي مستحضرات أو عقاقير إلا بعد تجربتها والتأكد من سلامتها على صحة الإنسان.

العمل في ظل الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي لوسائل الإعلام التليفزيونية وعدم الخروج عنه.

وضع المشاهد في الاعتبار واعتباره مستهلك لهذه المستحضرات والعقاقير وضرورة تعلية مصلحته في المقام الأول.

تغاضي القنوات عن مصلحتها الشخصية في تحقيق مكسب مادي على حساب المشاهدين لها.

المراجـع

Denis Everette and Merril John C. Basic Issues in Mass Communication", 4th ed (New York Macmillan Publishine Company, 1995), p. 47.

حسن إبراهيم مكي، الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات الصحفية في المجتمع الكويتي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول 1997، ص129.

Denis Mcquail "Mass Communication theory" An Introduction" 2th ed (London, Sage Publication, 1987), pp.68-78.

جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص53.

سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، القاهرة، عالم الكتب، 1984، ص21.

وجدي شفيق، عولمة الإعلام، والتغير في المجتمع القروي، طنطا، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، 2006، ص24.

محمد شومان، دور الأسرة العربية في مجال التنشئة الاجتماعية في ظل العولمة، مجلة الجزيرة، العدد 10354، 2 فبراير، 2001.

أسما حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإليكتروني المعلوماتي والرقمي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2005، ص ص 59 – 60.

فؤاده عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2007، ص32.

منى الحديدي، الإعلان، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1999، ص63.

فرانك كيلش: ثورة الأنفوميديا، ترجمة حسام الدين زكريا، سلسلة عالم المعرفة، العدد 253، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2000، ص368.

علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص ص 27 -28.

صفوت محمد العالم، فنون العلاقات العامة، ط1، القاهرة، دار الهاني للطباعة والنشر، 2002، ص130.

محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2006، ص ص 490 – 491.

جريدة الشروق، الصحة تخاطب الفضائيات لوقف إعلانات المستحضرات الصيدلية غير المسجلة، العدد 1215، الأربعاء 2012/5/30.

جريدة الأهرام، بدء التحقيق مع 10 قنوات فضائية تروج المنشطات، العدد 45965، السنة 137، 2012/10/11، ص 2.

جريدة الأهرام، فضائيات الدجل والشعوذة تغزو النايل سات، العدد 46019، السنة 137، الثلاثاء 4 ديسمبر 2012، ص23.

جريدة الأهرام، ندوة بإعلام القاهرة، مناقشة التصدي للإعلانات المضللة، العدد 46002، السنة 137، 17 نوفمبر، 2012، ص 23.

Poul D. Leady, "Practical research: Planning and Desing, 5th, ed (New York, Macmillan Publishing Company, 1993), p.143.

Arthur. Asa Berger, Media Research Techniques" 2th ed London: Sage Publications, 1994), p.119.

محمود يوسف، العلاقات العامة في الشركات المحولة إلى نظام الخصخصة، ط1، القاهرة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 1999، ص ص 25 – 26.

علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، 2000، ص 68 – 71.

سمير محمد حسين، تحليل المضمون، القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص78.

سمير محمد حسين، تطبيقات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، 1991، ص 67.

سامي طايع، بحوث الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص167.

Philips Estelle, M and Rugh, D.S. How to get PH.D.: Hand Book for Students and their supervisors (New Delhi, UBS. Publishers Distrikutors Ltd., 1996), p.41.

محمد زيدان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007، ص ص 318 – 335.

منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2002، ص ص 152 – 153.

أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص ص 169، 170.

عبير فتحي محمد الشربيني، القيم التي يتضمنها الإعلان في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية خلال عامي 1999، 2000، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2003.

حنان أحمد سليم، دور القنوات الفضائية العربية في تغيير أنماط السلوك الاجتماعي، دراسة لعينة من الجمهور المصري دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام،1998.

أشرف جلال حسن، دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلان التليفزيوني وإشباعاته، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم إذاعة، 1995.

منى سعيد الحديدي، وسلوى إمام علي، الإعلان في التليفزيون المصري، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987.

إسماعيل بن خليل كتب خانة وآخرون، الإعلان التليفزيوني التجاري وأثر الفروق النوعية بين المشاهدين على السلوك الاستهلاكي، دراسة تطبيقية على عينة من سكان مدينة جدة، مجلة الخدمة الاجتماعية، القاهرة، 1997.

Gerlach Peter and Stuart Surlin, "Personal, values and Attitudes foword Television Advertising" US, German and England, French, Canadian Conparisons-paper presated to the International Association for Mass Communication Research in Beld. Xoyos lina. August 1990.

Anderows J.C. "The Dimensionality of Beliefs Advertising General, Journal of Advertising. Vol.18, No. 1, 1989, pp.29-35.

Zanet E. Public attidudes Advertising in A.A.A. Proceeding", Keith Kunt. Ed American Academy of Advertising, 1981.

سونيا دبوس، عادل عبد الغفار، أخلاقيات الإعلام الطبي بين النظرية والتطبيق، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول، المركز الدولي للبحوث والدراسات السكانية، في الفترة من 4 – 6 فبراير، جامعة الأزهر، 2003.

منى الحديدي، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول حول ضوابط وأخلاقيات الإعلام والإعلان الطبي، المركز الدولي للبحوث والدراسات السكانية، جامعة الأزهر، الفترة من 4 – 6 فبراير 2003.

محيى الدين عبد الحليم، ضوابط وأخلاقيات الإعلام والإعلان الطبي، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول، المركز الدولي للبحوث والدراسات السكانية، جامعة الأزهر، من 4 – 6 فبراير 2003.

DoNo hue, J.M. Ceuasco, M. and Rosenthal, M.B. 2007, Acecade of Direct-to-Consumer Advertising of Prescription Drugs" The New England Journal of Medicine, 357-(7) 673, 681.

عبد العزيز عبد الستار تركستاني، تأثير الإعلان التليفزيوني الدولي على الجوانب الاجتماعية والثقافية في المملكة العربية السعودية، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم العلاقات العامة والإعلان، 1999.

أميمه أحمد معراوي، تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الاستهلاكي للمرأة الأردنية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 1997.

محمود يوسف مصطفى، البث المباشر وخطورته على المجتمع الإسلامي، مجلة كلية التربية بدمياط، عدد 1، الجزء الأول، أكتوبر، 1994.

سامي عطا محمد الخطيب، "أثر الإعلان الدوائي المباشر للزبائن على قراراتهم الشرائية" دراسة تطبيقية على الزبائن في المملكة الأردنية الهاشمية، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.

Hong Ching and Johne. Schw Eitzer, R.: Culture Val Refected in Chinese and U.S. Television Commercials. Journal of Advertising, vol.36, No.3, May, June, 1996, pp. 24 – 44.w

Biener Lois, Ji, Ming Gilpin, Elizabethy- a elbers Alison-B. "This impact national tone Massage, Prodcast Parameters in Youth anti-Smoking advertisements: VK-Journal of health com. Vol.9 (3), May-Jun, 2001.

Lisa Henn ksen and June Flora. "Third-person perception and children: perceived impad of proad anti-smoking Ads. Com Research, Vol.26, 199, (6).

Ethmm-Wilson, Etham-Mercy. "The qualitiative impact of proadcast-Media advertisement perception of Medicinims in Nigerin, 2003.

منى سعيد الحديدي، ضوابط إعلانات المنتجات الدوائية والخدمات الطبية، ورقة عمل في المؤتمر الدولي الأول عن ضوابط أخلاقيات الإعلام والإعلان الطبي، القاهرة، جامعة الأزهر، المركز الدولي الإسلامي للدراسات والبحوث السكانية 2003، ص2.

جيهان مصطفى كمال البيطار، أخلاقيات الإعلان ومدى تطبيقها في واقع الممارسة الإعلانية في مصر، دراسة تحليلية لعينة من إعلانات التليفزيون المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997، ص140.

عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007، ص 138.

الفصل الثالث

الأنشطة الاتصالية للمنظمات الحقوقية في مصرد

راسة تطبيقية

مقدمـة:

الاتصال أحد السمات الإنسانية البارزة، سواء أكان ذلك في شكل كلماتأم صور أم موسيقى مفيد أم ضار، مقصود أم عشوائي، فعلي أم مستتر، إعلامي أم إقناعي، واضح أم غامض، ذاتي أم مع آخرين. وتستخدم كلمة الاتصال في سياقات مختلفة وتتضمن مدلولات عديدة، فهي بمعناها المفرد **Communication** تعني تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات. وتشير في صفة الجمع **Communications** إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال(1).

فالاتصال هو تفاعل بالرموز اللفظية وغير اللفظية بين طرفين أحدهما مرسل يبدأ الحوار والثاني مستقل يكمل الحوار، وما لم يكتمل الحوار من جانب المستقبل لا يتحقق الاتصال، ويقتصر الأمر على توجيه المعلومات والآراء من جانب واحد فقط دون معرفة بنوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل(2).

وفي العصـــر الحالي الذي تطورت فيه تكنولوجيا الاتصال وتزايد فيه تدفق المعلومات وتشابكت المصالح وتداخلت بفضل التكنولوجيا المتقدمة(3)أدى ذلك إلى ظهـــور أو تواجد العشرات إن لم تكن المئات من المنظمات ذات العلاقة بحماية حقوق الإنسان(4).

والواقع أن كل المجتمعات الإنسانية بصرف النظر عن الحقبة التاريخية التي وجدت بها أو المكان الذي عاش فيه كانت تعمل دائماً على أن تعيش حياتها وأن تكون سعيدة ولا يجب أن نخلط ذلك بالاتجاه نحو رفض السلطة أو التنظيم وفي الواقع فإن الإنسان مثل كافة المخلوقات الأخرى يوجد لديه رغبة طبيعية

في تحقيق معيشة اجتماعية مع أمثاله وفي سلام ولكن الاختلاف الأساسي أن الإنسان عكس الحيوانات يستعمل المنطق فيسأل دائما لماذا يجب أن توجد السلطة وعندما توجد السلطة لضمان النظام الاجتماعي أو السلم أو الحماية فإن الأمر يصبح ضرورة يرحب بها الإنسان(5).

الحرية كلمة براقة نكثر من استعمالها في تعبيراتنا الحديثة وتعني الحرية بمدلولها انعدام القيود أي القدرة على التصرف دون أي تحريم أو قيد يفرض من الخارج على هذه القدرة أما المعاجم العربية فتوسعت في معاني هذا المعنى للحرية وتفرعت عن الجذر نفسه بعض المشتقات التي تؤكد جوهر المعنى وتزيده وضوحاً مثل حر العبد حراراً خلص من الرق والحر الخالص من الشوائب مثل ذهب حر فرس حر والحر الكريم جميعها أحرار والمؤنث حرة (جمعها حرائر) والحر من القول أو الفعل الحسن منه مثل هذا حر من الكلام والحرية الخلوص من الشوائب أو الرق أو اللؤم(6).

ويقل مصطلح حقوق الإنسان **Human Right** معادلاً موضوعياً لخليط متنوع من الحريات الخاصة والعامة وعدد من المواثيق والمعاهدات الدولية والإعلانات الإقليمية وسلسلة طويلة من القرارات الدولية للأمم المتحدة بمستوياتها المتعددة فضلاً عن القوانين والقرارات الصادرة في الدولة التي أقرت مفاهيم حقوق الإنسان لم تصل إلى منتهاها في أية دولة من دول العالم

وهي عبارة عن مجموعة من القوانين المشتركة ومبادئ وآليات يمكن كل إنسان المشاركة في إعمالها(7).

اتسمت حالة حقوق الإنسان خلال عام 2003 والربع الأول من عام 2002 تراجع تحت وطأة أربعة عوامل رئيسية أولها تداعيات الإستراتيجية الأمريكية لمكافحة الإرهاب التي أحالت المنطقة إلى مسرح لأعمال العنف والإرهاب، وثانيهما الاحتلالات العسكرية لفلسطين والعراق وتداعياتها على بلدان المنطقة وثالثهما استمرار النزاعات المسلحة في بعض البلدان أما العامل الرابع فقط تمثل في إستراتيجية الولايات المتحدة الأمريكية لتغيير النظم السياسية والثقافية والاجتماعية في المنطقة تحت شعار الإصلاح(8).

وشهد العالم في السنوات الأخيرة تحولات سياسية وثقافية من بينها إبراز قيمة حقوق الإنسان التي حصلت على حيز يتزايد من الاهتمام العالمي، فقد سارعت الدول المختلفة إلى تبني مبادئ حقوق الإنسان ونصت دساتيرها على أهمية الالتزام بهذه الحقوق التي يتقدمها حق الأفراد في حرية التعبير والمساواة

والبعد عن التمييز بين طبقات المجتمع، وتجسد هذا الاهتمام في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي تبنته الأمم المتحدة، والذي أفرز عن ظهور وانتشار العديد من المنظمات والجمعيات التي تنادي بحقوق الإنسان، وعلى المستوى العربي توجدفي كل الدساتير العربية نصوص واضحة تنص على حرية التعبير وقد وقعت العديد من الدول العربية على "العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية".

وقد سارعت ثورة الاتصالات على المزيد من الانتشار لمبادئ حقوق الإنسان حيث ربطت تكنولوجيا الاتصال أجزاء العالم بعضها البعض مما دفع كل دولة إلى تحسين صورتها وتأكيد التزامها بهذه المبادئ(9).

ونظراً لتزايد الاهتمام العالمي خاصة في العقود الأخيرة من القرن العشرين بالمنظمات الحقوقية ودورها في خدمة المجتمع وتواكب ذلك مع الاهتمام المحلي بدور هذه المنظمات كأحد مؤسسات المجتمع المنوط بها المشاركة في التنمية الشاملة والمستدامة ومواجهة الآثار الاجتماعية(10).

ويشهد العالم الآن تطوراً متزايداً في انتشار المنظمات الدولية غير الحكومية بشكل عام ففي نهاية القرن العشرين كان يوجد حوالي مائة وثمانون منظمة غير حكومية تتجاوز الحدود القومية(11).

وتطورت حركة حقوق الإنسان في مصر بشكل ملحوظ وهائل كماً وكيفاً فبعد أن كان نشاط هذه الحركة متمثلا في منظمة واحدة تقريبا هي المنظمة المصرية لحقوق الإنسان والتي كان موكولاً لها التبشير بمبادئ وثقافة حقوق الإنسان والتصدي للانتهاكات التي تحدث ضد الإنسانية وكانت مقصورة على المثقفين من الصفوة أصبح هناك العديد من المنظمات الحقوقية في مصر تعمل من أجل نشر ثقافة حقوق الإنسان والحد من التعذيب وكذلك الحد من الانتهاكات التي يتعرض لها الإنسان(12).

وعلى الرغم من الدور الفعال الذي تلعبه هذه المنظمات الحقوقية في المجتمع المدني فإنها في حاجة إلى الأنشطة الاتصالية المختلفة لنقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها ورغم أهم دور وسائل الاتصال وقنواته كأداة مهمة من أدوات منظمات حقوق الإنسان إلا أنه مازال هناك إحجام على أعمال وممارسات هذه المنظمات(13).

ومن هنا جاءت الحاجة إلى التركيز على الدور الاتصالي والأنشطة الاتصالية التي يجب أن تقوم بها المنظمات الحكومية والغير حكومية العاملة في مجال حقوق الإنسان بصفة عامة ومنظمات حقوق الإنسان بصفة خاصة في حركة بناء وتطوير المجتمع المدني وتحليلها خاصة أن التوجهات الدولية الآن هي إعطاء الفرصة لهذه المنظمات للمشاركة والتنمية(14).

وتاريخ مصر مع حقوق الإنسان قديم قدم الحضارة حيث أصدر الفلاح الفصيح أولى وثائق حقوق الإنسان في تاريخ الإنسان، وجه فيه خطابه إلى فرعون البلاد يذكره بواجباته تجاه الأفراد وحقوقهم كمواطنين فكانت هذه الوثيقة بيانا بحقوق الإنسان في العدل والمساواة وفي حرية التعبير والشكوى.

واختصرت حضارة مصر الفرعونية مفهوم حقوق الإنسان في كلمة واحدة هي (ماعت) التي تعني العدل والصدق والحق. كما أقرت الحضارة الفرعونية حق الإنسان في الحياة وفي التأمين الصحي وفي التعليم ومن المساواة بين الناس جميعاً

واحتضنت مصر الديانة المسيحية حيث نادت بتحرير الإنسان من العبودية

وأكدت أن التسامح والعدل والنقاء وخلاص الروح هي الجوهر الحقيقي للوجود الإنساني.

وركزت الحضارة الإسلامية على الإنسان بصفته فرداً يتمتع بمكانة خاصة عند الله، وعلى علاقة الفرد بالجماعة السياسية أو الدولة وفي علاقة قائمة على مبادئ الحرية والعدل والتضامن، وركزت الحضارة الإسلامية على وضع الفرد غير المسلم في الدولة الإسلامية التي كفلت لهم نفس الحقوق التي كفلتها للمسلمين(15).

أما بالنسبة لوضع حقوق الإنسان في الإسلام فيمكن القول بأن منظمة المؤتمر الإسلامي لم تعالج هذه القضايا بصفة مستقلة منذ إنشائها عام 1969، واقتصرت معالجتها على التناول في ثنايا البيانات ومن خلال معالجة قضايا مثل حق تقرير المصير وحقوق الأقليات المسلمة في الدول غير الإسلامية، وقضايا اقتصادية واجتماعية وثقافية وحق السيادة على الموارد وقضايا حقوق الإنسان في إطار اجتماعي.

إن إدراك بعض المسلمين لذلك الموقف الإسلامي الصحيح كان دافعاً لكي يصدر المؤتمر الإسلامي إعلان القاهرة لحقوق الإنسان في الإسلام وهو وثيقة واضحة الدلالة ليس فقط على تسامح الإسلام وتمسكه بمبادئ حقوق الإنسان بل وعلى دور مصر الدولة والشعب(16).

إن القانون الدولي والنظام المدني هو الذي يجب أن يحكمنا وأن نحترمه حتى وإن لم يحقق كل مطالبنا وأهدافنا لأنه من المستحيل أن يتفق الناس جميعا على رأي واحد ومن المستحيل أن أي جماعة تفرض رأيها على المجتمع بأسرة باسم

حقوق الإنسان أن حقوق كل مواطن تنتهي عن بداية حقوق الآخر وحقي في الأمن يجب أن يكون مكفولاً ولا ينبغي أن يكون حق إنسان في التظاهر على حساب حقي في الراحة والأمن والسلامة(17).

وعندما صدر قرار إنشاء المجلس القومي لحقوق الإنسان رقم 49 لسنة 2003 وتشكيلة عرف وتأكد أن الفلاح الفصيح أعيد له أرضه وكل حقوقه المغتصبة وأمر بعزل الوالي من منصبه ويتضح أن المصريين القدماء أول من عرفوا حقوق الإنسان في العالم وهذه القصة قصة الفلاح الفصيح هي خير مسترشد على ذلك عندما وقع عليه الظلم من أحد الولاة في القرن الثالث والعشرين قبل الميلاد عندما سلب هذا الوالي حقوق وممتلكات الفلاح الفصيح أن ذاك الوقت(18).

يعد موقف مصر من حقوق الإنسان علامة بارزة من معالم التاريخ السياسي المصري الحديث وذلك مرجعه عدة اعتبارات هي:

أن مصر عضو مؤسس في الأمم المتحدة وشاركت بفعالية في صياغة ميثاقها الذي أفرد عدة مواد لمعالجة حقوق الإنسان وحرياته الأساسية.

ارتباط مصر منذ البداية بكثير من المواثيق والصكوك الأساسية التي تتناول حقوق الإنسان.

مشاركة مصر عن طريق خبراتها من رجال الدبلوماسية وأساتذة الجامعات.

أن مصر بدأت تجربة ديمقراطية رائدة منذ النصف الثاني من القرن التاسع عشر.

فبالنسبة للتراث الفرعوني يمكننا أن نشير إلى أسطورة الفلاح الفصيح لما لحق به من ظلم في إحدى مراحل تطور الحضارة الفرعونية(19).

الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة وعمل دراسة استطلاعية حول الدور الاتصالي لمنظمات حقوق الإنسان العاملة في مصر لاحظ الباحث أن هناك دراسات متضمنة للأنشطة والدور الاتصالي لمنظمات حقوق الإنسان وكذلك دراسات متعلقة بالدور والأنشطة الاتصالية لمنظمات المجتمع المدني.

ووجد أيضاً دراسات متعلقة بالمنظمات الحقوقية وقضايا حقوق الإنسان. لذلك تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين هما:

أولاً: المحور الأول: دراسات متعلقة بالدور الاتصالي والأنشطة الاتصالية والقائم بالاتصال في المنظمات الحقوقية ومنظمات المجتمع المدني والحكومي وهي:

(أ) الدراسات العربية:

دراسة إياد إبراهيم عبد الكريم بعنوان:"دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان"(20):

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو معرفة المواقع الإلكترونية ودورها في نشر ثقافة حقوق الإنسان ومعالجتها لقضايا حقوق الإنسان وسبل تطوير الوسائل الاتصالية والأدوات التي من المتوقع أن تساهم في نشر ثقافة حقوق الإنسان.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وكذلك استخدمت الدراسة المنهج المقارن وهي من الدراسات الوصفية واعتمدت الدراسة على أداة التحليل وكذلك استمارة الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

جمهور الدراسة يرى أن فضح الانتهاكات لحقوق الإنسان داخلياً ونشرها يساهم في الحد منها.

إن مؤسسات حقوق الإنسان تركز في إبراز أنشطتها المتعددة على حساب بعض الأهداف الأخرى.

أنه لا توجد أجندة موحدة أو سياسة وإستراتيجية موحدة بالنسبة للمنظمات الحقوقية في التعامل مع قضايا حقوق الإنسان.

إن نسبة 25.3%من جمهور الدراسة التي أجرت عليهم الاستبيان لا يطلعون على المواقع الإليكترونية الحقوقية لأن هذه المواقع غير جذابة بالنسبة لهم.

دراسة: علي حسين حسن العمار بعنوان: "الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال(21):

تمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في رصد وتحليل ملامح سمات الخطابات

الصحفية لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية للوقوف على توجهاتها.

كما هدفت الدراسة إلى رصد الأطراف الفاعلة في الخطابات المختلفة للأطراف الفاعلة في قضايا حقوق الإنسان المدنية.

واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن وكذلك منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل، واختار الباحث العينة باستخدام الطريقة العمدية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

اختلف الخطاب الصحفي لجريدة الثورة في معالجته وفي طريقة طرح قضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية عن الصحفي الأخرى لأنه ركز التوعية فقط.

اختلف الخطاب الصحفي لجريدة الثورة في معالجته وذلك لتناوله الانتهاكات في السجون مقارنة بمعالجة خطابات صحف الدراسة الأخرى لنفس القضية.

هناك شبه اتفاق تام بين جميع الصحف موضع الدراسة على عدم تطبيق الديمقراطية داخل منظمات المجتمع المدني.

دراسة:محمد إبراهيم بسيوني بعنوان:"الخطاب الصحفي المصري لقضايا حقوق الإنسان، دراسة تحليلية مقارنة لصحف الأهرام، الوفد، الأهالي، الأسبوع"(22):

تتمثل أهمية هذه الدراسة في ارتباطها بتتبع تأثير مفاهيم حقوق الإنسان الجديدة على الواقع الاجتماعي والثقافي والإعلامي في مصر وانعكاس ذلك الأثر في الخطاب الإعلامي للصحف المصرية.

وتسعى هذه الدراسة إلى رصد تأثير مفاهيم حقوق الإنسان على الإعلام وتأثير الإعلام في نشر هذه المفاهيم والأفكار في إطار منظومة ثقافية واجتماعية وإعلامية فرضت نفسها على العالم في نهاية الألفية الثانية، وفي مطلع الألفية الثالثة. وتسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الخطابات الصحفية لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية في الصحافة المصرية.

وكذلك إلى فهم المردود الصحفي عبر تحليل مضمون الخطاب الصحفي لصحف عينة الدراسة.

وتحليل القوى الفاعلة في قضايا حقوق الإنسان كما عكستها الصحافة المصرية ومعرفة، حجم اهتمام الصحافة المصرية بقضايا حقوق الإنسان وتحديد الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها الصحف أثناء تناولها قضايا حقوق الإنسان واستخدمت الدراسة منهج المسـح الإعلامـي ومدخـل بنـاء الأجهـزة وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج منها:

تميز الخطاب الصحفي المصري بحالة الاختيار المستمد لاهتماماته الإنسانية، وقد تأثرت الحالة الاختيارية بالسياسة التحريرية للصحف

أولا ثم بطبيعة وملابسات الأحداث الجارية المرتبطة بالحقوق الإنسانية. وتعاملت صحف العينة مع مفهوم حقوق الإنسان والنشطاء والعاملين في هذا المجال من منظور ارتباط المفهوم والنشطاء بالمعارضة للنظام السياسي.

عدم الاهتمام من جانب الصحف بالأحاديث الجارية لحقوق الإنسان على الرغم من توقيع مصر على اتفاقية مرتبطة بحقوق الإنسان.

وخرجت هذه الدراسة بمجموعة من النتائج منها:

اهتمام الصحف بفئة معينة من فئات البشر مثل اليوم العالمي للأمم المتحدة واليوم العالمي للعمال واليوم العالمي لأسرى الحرب.

عدم الاهتمام من جانب الصحفي بالإصدارات الجارية لحقوق الإنسان.

وأوصت الدراسة على ما يلي:

تنظيم دورات تدريبية لكل صحيفة للتعريف بمضامين ومواثيق حقوق الإنسان.

الحرص على وجود مكتبة خاصة بكل ما يتعلق بالوثائق الأساسية التي يقوم عليها المجتمع المدني في مصر بكل صحيفة.

إرسال الصحيفة في بعثات علمية ودراسية لدراسة حقوق الإنسان.

تنشيط الدراسات الإعلامية المتعلقة بنشاط حقوق الإنسان.

دراسة: هيثم محمد يوسف بعنوان: "فعاليات بناء الاتصال في المناطق العشوائية ودراسة تطبيقية مقارنة على منطقتي حي البلابسة بالإسماعيلية وزنين ببولاق الدكرور بالجيزة"(23):

تبحث هذه الدراسة في ما تخلفه وسائل الإعلام من ثورة تطلعات لدى سكان المناطق العشوائية وهي الثورة التي تدفع بهم تجاه إعلاء شأن المادة والبحث عن الثروة وحيازة النفوذ وعدم تقبل الواقع.

وتحـاول هــذه الدراســة تسليــط الضــوء على المناطق العشوائية والتعرف عن قرب على المواصفات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وكذا الكشف عن فاعلية أساليب الاتصــال المختلفة تحديد مراكز وأدوار كلا منهما وأيضا التعرف على مدى اعتماد الأفــراد بهذه المناطق على أنمــاط الاتصال المختلفة وقدرة كل نمط على تلبية احتياجاتهم.

وهدفت الدراسة إلى وصف وتشخيص بنسبة الاتصال بالمناطق العشوائية وكذلك الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة والوقوف على مدى تغلغل وسائل الاتصال الجماهيري بتلك التجمعات العشوائية والتعرف على مدى اعتماد الأفراد على أنماط الاتصال المختلفة.

واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وكذلك المنهج التاريخي لتتبع نشأة العشوائيات في مصر، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

تراجع ملحوظ لمتابعة أفراد العينة للراديو.

ارتفاع نسبة الاستماع للراديو من جانب فئات المهنيين الطلاب والتجار والموظفين بسبب ارتفاع المستوى التعليمي لبعض هذه الفئات.

الأغاني والموسيقى من المفضلات لدى أفراد الدراسة من حيث الاستماع للراديو.

التعرض للتليفزيون بشكل يومي أكثر من نصف أفراد الدراسة (348) بنسبة 87% من إجمالي عدد (400) مفـــردة أشاروا بمواظبتهم على مشاهدة التليفزيون.

دراسة:قدري علي عبد المجيد بعنوان:"تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري"(24):

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل المعارف والاتجاهات بالنسبة للجماهير وكذلك ترتيب أولوياته نحو قضايا حقوق الإنسان.

واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي وكذلك أداة تحليل المضمون في تحليل صحف وقنوات تليفزيونية وتكونت عينة الدراسة من خمس مواقع لمنظمات حقوق الإنسان المصرية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة التتابع أهمها:

توجد مناقشة من أفراد الدراسة المبحوثين حول قضايا حقوق الإنسان حيث بلغت نسبة الأفراد المتناقشين 83.3% حول قضايا حقوق الإنسان.

التليفزيون هو المصدر الأول الذي من خلاله يتصرف المبحوثين على قضايا حقوق الإنسان.

أن حقوق الإنسان وقضايا حقوق الإنسان لاقت دراسات عديدة في مجالات الدراسات القانونية والاجتماعية والسياسية والإعلامية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

دراسة:اكترينادر وزدوفا بعنوان : "تأثير الإنترنت على حقوق الإنسان"(25):

هذه الدراسة سعت إلى هدف رئيس وهو كيفية استخدام شبكة الإنترنت في الدفاع عن حقوق الإنسان في كل مكان ومن يقوم بذلك وما هو دور الإنترنت ومدى استخدامه في حماية حقوق الإنسان.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إن الإنترنت ليس له أثر فعال في نشاط حقوق الإنسان أو تحسين أوضاع حقوق الإنسان.

إن شبكة الإنترنت تساعد في الارتقاء بحقوق الإنسان من خلال الدعوة الجيدة وكذلك ممارسة الضغط على الحكومات.

إن المنظمات غير الحكومية وناشطي حقوق الإنسان في دول العالم لهم دور مهم ورئيس في رصد وفضح الانتهاكات المتعلقة بحقوق الإنسان وإبراز هذه الانتهاكات من خلال وسائل الإعلام وجعلها على مرأى ومسمع الجميع.

دراسة: Jean Dobos حول"نماذج الإشباعات والرضا والاختيار للقنوات الاتصالية داخل المنظمات"(26):

أجريت هذه الدراسة على عينة من المنظمات يبلغ عددها 241 منظمة تختلف من حيث حجمها ومجال نشاطها وبيئتها.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن الإشباعات المتحققة وليست الإشباعات التي تم السعي إليها ذات صلة باختيار وسائل الاتصال سواء اتصال موجهي أو اتصال مكتوب أو عن طريق الوسائل الإليكترونية.

وبحثت هذه الدراسة في فرض أن الإشباعات التي يتم السعي إليها الإشباعات التي تتحقق بالنيل سوف تزيد من عملية الاختيار بين الوسائل الاتصالية المختلفة سواء أكانت اتصالاً شخصياً أو اتصال مكتوباً أو الوسائل الإليكترونية إلا أن هذه الدراسة على الرغم من أن الإشباعات التي تم السعي إلى تحقيقها كانت في اتجاه اختيار الوسائل المطبوعة، إلا أن الدراسة أثبتت خطأ هذا الافتراض ويفسر **Dobos** هذا الفرض يتحقق في حالة الاتصال الشخصي أو وسائل الاتصال الإليكترونية ولكن لا ينطبق على الوسائل المطبوعة.

دراسة: فيروز مانجي**Firoze Manji**بعنوان: "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز منظمات حقوق الإنسان في جنوب أفريقيا"(27):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وتقييم قدرات منظمات حقوق الإنسان ومدى استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز قدرتها في جنوب أفريقيا.

وكذلك مدى قدرة هذه المنظمات عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز قدرات هذه المنظمات الحقوقية.

وأبرزت هذه الدراسة مجموعة من النتائج منها:

أن معظم هذه المنظمات الحقوقية في جنوب أفريقيا كانت مستخدمة للشبكة العالمية وكذلك استخدام البريد الإليكتروني ولكن بدرجات متفاوتة بين المنظمات في الوصول إلى شبكة الإنترنت.

إن هناك ضرورة إلى تعزيز قدرات جمعيات حقوق الإنسان لتطوير الإنسان وكذلك تطوير ثقافة حقوق الإنسان بين الأفراد.

إن أغلب هذه المنظمات تعطي أولوية واهتمام بالحقوق الاجتماعية والاقتصادية.

ثانياً: المحور الثاني: دراسات متعلقة بالمنظمات الحقوقية وقضايا حقوق الإنسان:

(أ) الدراسات العربية:

دراسة: هالة السيد إسماعيل الهلالي بعنوان: "دور المنظمات الدولية غير الحكومية في حماية حقوق الإنسان، دراسة لحالة اللجنة الدولية للصليب الأحمر ومنظمة العفو الدولية"(28):

الدراسة هدفت إلى تحليل الدور المنوطة به لجنة الصليب الأحمر الدولية ومنظمة العفو الدولية غير الحكومتين في مجال حماية حقوق الإنسان وتعزيز احترامها على أرض الواقع والوقوف على تأثير المنظمات غير الحكومية في حماية حقوق الإنسان في ظل النزاعات المسلحة المعاصرة.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

هناك صعوبات وتحديات تواجه عمل المنظمتين وتحد من تأثير هذه المنظمات في تحقيق المهام والمعنية بها وهذه الصعوبات قد تكون داخلية بالمنظمات.

إن هناك تطور تم تحقيقه عن طريق المنظمتين وإنجازات حيوية ومهمة فيما يتعلق باحترام حقوق الإنسان وقت الحرب والسلم، وكذلك في احترام حقوق الإنسان وعدم تعذيب الأسرى وعدم قتلهم وكل من المنظمتين ساهمتا في تطوير القانون الدولي لحقوق الإنسان.

دراسة : إيمان محمد حسن عويس بعنوان:"تقييم أداء جمعيات الدفاع عن حقوق الإنسان في مصر في الفترة من1983حتى 2003"(29):

هدف الدراسة الرئيسي هو تقييم أداء جمعيات الدفاع عن حقوق الإنسان في مصر وتقييم أداء هذه الجمعيات في الفترة من 1983 حتى 2003 والدفاع عن لجان الدفاع عن حقوق الإنسان التي أنشأتها بعض الأحزاب السياسية أو بعض النقابات المهنية.

واستخدمت الدراسة منهج تحليل النظام لمعرفة النظم الاتصالية والتكنولوجية المستخدمة في أداء جمعيات الدفاع عن حقوق الإنسان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

أن أغلب هذه الجمعيات تم إنشائها خلال الإطار الزمني للدراسة من 1983 حتى 2003 كشركات أو جمعيات مدنية لا تهدف إلى الكسب المادي.

توجد مجموعة من المحددات سواء على المستوى الإقليمي المحلي أو المستوى الدولي أو على مستوى المنظمة ذاتها وهذه المحددات تؤثر على فاعلية هذه المنظمات والجمعيات.

ظهور دور فعال لمنظمات الدفاع عن حقوق الإنسان في الربع الأخير من القرن العشرين والذي ارتبط باهتمام دولي بقضايا حقوق الإنسان على المستوى الدولي وتقديم العون والمساعدة والمساندة للمنظمات المعنية بحقوق الإنسان.

دراسة:نهاد محمد كمال بعنوان:"دور تنظيمات المجتمع المدني في دعم وتماسك المجتمع المصري"(30):

الهدف الرئيسي التي تهدف إليه هذه الدراسة هو التعرف على تنظيمات المجتمع المدني كتشجيع للدولة على القيام بمزيد من الجمعيات الأهلية.

واختارت الباحثة عينة من الجمعيات الأهلية كأحد تنظيمات المجتمع المدني في دعم تماسك المجتمع المصري.

واستخدمت الباحثة منهج المسح وكذلك تصميم استمارة استبيان على عينة من مسئولي الجمعيات الأهلية وتم تطبيق الاستبيان عليها وكذلك استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

تقلص دور الدولة وزيادة فاعلية الجمعيات الأهلية.

إنشاء الجمعيات الأهلية يتم برعاية المؤسسين أنفسهم حيث وصلت نسبة ذلك 31.5%.

إن منظمات المجتمع المدني لها دور هام جداً في دعم المجتمع المصري وتماسكه.

دراسة: عبد الله محمد علي المليح بعنوان: "مبادئ حقوق الإنسان وفق الفهم الإسلامي والأمريكي، دراس موازية" (31):

هذه الدراسة جمعت الحقوق المرتبطة بالحقوق الأساسية للمجتمع الذي يقوم على احترام الحريات والمساواة بين البشر، وذلك من خلال بيان عظمة ورحمة الدين الإسلامي وأنه فاق جميع التشريعات في المحافظة على حقوق وكرامة الإنسان، مع استحضار الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الدالة على ذلك

مع مقارنته بوثيقة الحقوق في الدستور الأمريكي لتحديد نقاط الاتفاق بينهما، من هنا تمثلت مشكلة الدراسة في مقارنة مبادئ حقوق الإنسان وفق الفهم الإسلامي والأمريكي دراسة موازية.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بوصف الحقوق الأساسية للإنسان وصفا دقيقا، ثم يقوم ببيان تلك الحقوق في ضوء الكتاب والسنة.

وقد خلصت الدراسة على أهمية مراعاة حقوق الإنسان الاجتماعية والسياسية والعقدية كحقه في الحياة وحق الحرية وحق المساواة وحق العدالة وحق الفردفي حماية خصوصياته وهو بناء الأسرة وحق الزوجة وحقوق الأبناء وحق الراعي

وحق الفرد في محاكمة عادلة وحق الحماية من تعسف السلطة وحق الحماية من التعذيب، وحق الفرد في حماية عرضه وسمعته وحق الفرد في اللجوء السياسي وحق الفرد في حرية الارتحال والإقامة والحقوق المترتبة الأقليات في المجتمعات الإسلامية وحق المشاركة في الحياة العامة

وحق حرية التفكير والاعتقاد والتعبير وحق الحرية الدينية وحق الدعوى والإبلاغ وحقوق الإنسان في الحرب وحق تقسيم الثروات بالعدل وحق حماية الملكية وحق العامل وواجبه وحق الفرد في كفايته من مقومات الحياة.

دراسة: محمد حنفي محمود محمد بعنوان: "الحماية القضائية لحقوق الإنسان في الدول العربية"(32):

مشكلة الدراسة تتمثل في الحماية القضائية لحقوق الإنسان حيث تعتبر حقوق الإنسان قيما عليا كلية غير قابلة للتجزئة. إذ أنها تنظم حقوقا وتستمد طبيعتها من مجموع عناصرها ومكوناتها.

وهدفت الدراسة إلى بيان حقوق الإنسان وأهميتها وتحديد الإطار الدولي لها وبيان حقوق الإنسان في مرحلتي الاستدلالات والتحقيق الابتدائي ومرحلة المحاكمة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة إلى أنها تلقي الضوء على الحماية القضائية لحقوق الإنسان في الدول العربية لاسيما وإن علمنا بأنه لا يوجد في أي منها قانون خاص بحقوق الإنسان يتمتع بالاستقلال الذاتي عن باقي النظام القانوني.

وقد خلصت الدراسة إلى أنه إذا كان أصل البراءة ليس إلا تقريراً الأصل الثابت والعام في حق المتهم فإنه يكون من باب اللزوم الفعلي وجوب حماية جميع حقوق الإنسان التي يترتب عليها ممارسته لحقوقه وحريته والتي درجت جميع الدساتير على وضعها بالحقوق والحريات العامة حيث أنه بغير هذه الحقوق واحترامها تفقد قرينة البراءة معناها وأساس وجودها وهو ما أكدته أحكام المحاكم العليا في غالبية الدول العربية.

(ب) الدراسات الأجنبية:

دراسة: مايكل بركينس بعنوان:"حرية الصحافة في أمريكا اللاتينية وحقوق الفرد في القانون الدولي"(33):

هدفت هذه الدراسة إلى بحث حرية الصحافة المتاحة وعلاقتها بحقوق الإنسان في أمريكا اللاتينية، وقد فرضت هذه الدراسة فرض وهو أن هناك توافق بين التقاليد الاجتماعية الراسخة في ثقافات أمريكا اللاتينية وأغلب مفاهيم الحرية الصحفية المرتبطة بالفرد والمتأصلة بشكل أساس في قانون حقوق الإنسان الدولي.

وقام الباحث بتحليل قضايا من المحكمة الأمريكية الداخلية لحقوق الإنسان وكذلك اللجنة الأمريكية الداخلية لحقوق الإنسان التي تواجه حرية الصحافة وذلك من أجل معرفة القيود المفروضة على الصحيفة والهجمات التي تقع ضدهم، بهدف منع نشر الحقائق.

وسرد الباحث حوادث الاختطاف والقتل والإهانات التي يتعرض لها الصحفيون.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

إن الحق الاجتماعي لحرية الصحافة مثل حرية الفكر تعتبر ضمانات ضد التدخل الحكومي ي التدفق الحر للأخبار والمعلومات والأفكار الفردية في أي مجتمع ديمقراطي.

الميثاق الأمريكي لحقوق الإنسان يضمن حقوق الأفراد في بحث واستقبال ونشر المعلومات والأفكار بمختلف أنواعها وضمن حرية الصحافة والنشر الذي وضحه الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

دراسة: سارة ميشيل بعنوان: "دور المنظمات الأهلية في الحفاظ على الأمن البشري"(34):

هذه الدراسة هدفت إلى معرفة دور المنظمات الأهلية في تحقيق الأمن البشري والذي هو مرتبط بمساعدة الأفراد للتعامل مع التهديدات غير المتوقعة والكوارث والأزمات الدولية والأوبئة وترى الدراسة المنظمات الأهلية باعتبارها أحد أبرز الفاعلين والمؤثرين في مجال التنمية البشرية وحقوق الإنسان مما يؤدي إلى أنها لها دور هام في تحقيق الأمن البشري.

وأهم نتيجة لهذه الدراسة هي:

أن الاهتمام بالأمن البشري من الأولويات في جميع دول العالم، وأن الحكومات لها دور فعال في فعل ذلك وأن المنظمات الأهلية لها دور كبير وهام في تحقيق ذلك ودورها مكمل للجهود الحكومية لما لها من خبرات في تحقيق الأمن البشري.

دراسة: إس كول بعنوان: "تحول الإنترنت إلى أداة للمجتمع المدني لتحقيق التنمية والديمقراطية وتمكين المرأة"(35):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكة الإنترنت في تنمية المجتمع المدني وخصوصاً في مجالات التنمية والديمقراطية وتمكين المرأة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

لا يمكن انتظار الديمقراطية التي سوف يحققها الإنترنت وإنما المجتمع المدني عليه إنشاء شبكة على الإنترنت لتحقيق الديمقراطية لأن شبكة الإنترنت أداة محايدة.

تعقيب على الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وفي تحديد العينة الخاصة بمنظمات حقوق الإنسان نظرا لتزايد وانتشار هذه المنظمات في الآونة الأخيرة. كما تم الاستفادة من هذه الدراسات السابقة في تحديد الأهداف المتعلقة بالقائم بالاتصال والأهداف المتعلقة بالمطبوعات وتم الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة الإطار النظري للدراسة هذه

كما أفادت الدراسات السابقة في التعرف على أهمية مؤسسات المجتمع المدني وخاصة منظمات حقوق الإنسان، وما تقوم به في خدمة المجتمع حيث يلعب المجتمع المدني دوراً مكملاً ودورها، وليس دوراً تنافسياً.

كما أمكن التعرف من خلال الدراسات السابقة أن هناك عدد خاص بالدراسات الإعلامية وحقوق الإنسان وقضايا حقوق الإنسان المتعددة سواء على الدراسات العربية أو الأجنبية.

ولكن وجد أيضاً ندرة في الدراسات المتعلقة بالجانب الإعلامي والوظيفي لأجهزة ووسائل الإعلام ومنظمات حقوق الإنسان من حيث الأنشطة الاتصالية لهذه المنظمات وكذلك ما هي المطبوعات والنشرات التي تصدرها هذه المنظمات وكيفية تحرير وإخراج هذه المطبوعات والنشرات المتعلقة بمنظمات حقوق الإنسان.

إذن نستطيع أن نحدد أن الاهتمام القانوني بحقوق الإنسان كان له السبق والدراسات الغالبة بقضايا حقوق الإنسان والآن ظهر الإعلام والدراسات الإعلامية المتعلقة بالإنسان وحقوقه ومحاولة التأثير على هذه الحقوق وتم الاستفادة من بعض هذه الدراسات في دراستنا هذه.

مشكلة الدراسة:

شهدت الأعوام الأخيرة تصاعداً متزايداً، في انتشار تأسيس مراكز ومنظمات حقوق الإنسان ليس على المستوى المحلي فقط ولكن على المستوى الإقليمي والدولي أيضاً، وهو أمر مرتبط بمدى حاجة المجتمع لهذه المنظمات التي تدعم مفهوم المجتمع المدني خاصة في حالة الانفتاح السياسي وتزايد مساحة الرأي والتعبير.

فلا يمكن إنكار الدور الكبير الذي تقوم به منظمات حقوق الإنسان ومنظمات المجتمع المدني في زيادة وعي وفي تشكيل وعي بقضايا حقوق الإنسان ونشر ثقافة حقوق الإنسان.

حيث تلعب منظمات حقوق الإنسان والمنظمات الحقوقية بكل أنواعها سواء الخاصة بالمرأة أو الخاصة بالسجناء أو الخاصة بالطفل أو الخاصة بقضايا التعذيب والتمييز العنصري والعديد من المنظمات الأخرى دوراً مهماً في حماية الأفراد ومعالجة تعرضهم للتعذيب أو الانتهاك في حق من حقوق الإنسان.

ومن الملاحظ أن هناك ندرة في الدراسات العلمية والأبحاث العلمية أيضاً المتعلقة بقضايا ومنظمات حقوق الإنسان وكذلك الوسائل الاتصالية المستخدمة في هذه المنظمات وكذلك دورها الاتصالي للإعلام عن أنشطتها للجماهير.

كما أن دور وسائل الإعلام والاتصال قد ازداد في منظمات حقوق الإنسان فكان لابد من معرفة الدور الاتصالي وفاعليته في هذه المنظمات الحقوقية وذلك جعل ضرورة هامة لدراسة الدور الاتصالي والأنشطة الاتصالية ووسائل الاتصال المستخدمة في هذه المنظمات.

وتكمن مشكلة الدراسة في الدور والوظيفة الاتصالية والأنشطة الاتصالية لمنظمات حقوق الإنسان في مصر والتعرف على هذا الدور والوظيفة، وكذلك التعرف على طبيعة ودور القائم بالاتصال وأهدافه، وكذلك الأهداف التي تسعى لها الوسائل الاتصالية لهذه المنظمات ومعرفة الأساليب والرسائل ونوعية الجماهير التي تتعامل مع هذه المنظمات كذلك تتمثل مشكلة الدراسة في الدور الاتصالي لهذه

المنظمات الحقوقية وما تقوم به من خدمة المجتمع وكيفية حل مشكلات المجتمع والمتعلقة بالقضايا الحقوقية للإنسان في مصر.

أهمية الدراسة:

تمثل قضية حقوق الإنسان أهمية خاصة لمصر ولبلاد العالم الثالث بوجه عام إذ أنها لا تعكس فقط الواقع الراهن في هذه البلاد بكل ما يتحمل به هذا الواقع من آمال وتطلعات، بل وتعكس أيضا تاريخ هذه المجتمعات ومسيرتها نحو تحقيق الاستقلال.

فمن مهام منظمات حقوق الإنسان تكمن في التحام مباشر مع الجمهور والتعرف على قضاياهم الفردية والجمعية وتعريف الناس بحقوقهم التي تكفلها القوانين لهم سواء باللقاءات المباشرة أو بعقد ندوات وتوجيه رسائل وبيانات تلفت النظر إلى تلك الحقوق.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في التعرف على الدور الاتصالي للمنظمات الحقوقية في مصر وكذلك دور هذه المنظمات في نشر الوعي بثقافة حقوق الإنسان والتعرف على أهم الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها هذه المنظمات.

وهذه الدراسة ترجع أهميتها للعديد من العوامل منها:

أن الإسلام دين عدل أعطى لكل إنسان حقه في التمتع بظلال هذه العدالة فلا ظلم أو استبداد فالاستبداد يأتي حين يكون هوى الحاكم هو القانون(36).

إن قضايا حقوق الإنسان قد حظيت باهتمام كبير في الدراسات القانونية والاجتماعية والسياسية ولكن كان هناك ندرة أو قلة في الدراسات الإعلامية للمنظمات الحقوقية ودورها الاتصالي والأنشطة الاتصالية التي تقوم بها وكذلك الأداء الاتصالي لها.

إن الأداء الاتصالي لهذه المنظمات يكاد يكون غير معروف لدى أغلب أفراد المجتمع ولذلك كان لابد من معرفة هذا الدور الاتصالي والأنشطة الاتصالية.

مشاركة الجانب الأهلي مع الحكومة واهتمام كلاهما بقضايا حقوق الإنسان.

لا يمكن إنكار دور مصر في الاهتمام بإنشاء منظمات حقوقية للاهتمام بحقوق الإنسان وأقرب دليل على ذلك إنشاء فرع لحقوق الإنسان بوزارة الداخلية.

أهداف الدراسة:

هدف هذه الدراسة هو معرفة الأنشطة الاتصالية لمنظمات حقوق الإنسان ودور المنظمات الحقوقية في تنمية الوعي الفكري وبثقافة حقوق الإنسان وكذلك الأداء.

الاتصالي القائم بالاتصال في منظمات حقوق الإنسان في مصر ومعرفة المطبوعات الحقوقية لهذه المنظمات وبجانب هذا الهدف الرئيسي توجد بعض الأهداف الأخرى المتعلقة بالقائم بالاتصال والأداء الاتصالي وكذلك أهداف أخرى متعلقة بالمطبوعات التي تصدرها هذه المنظمات لنشر ثقافة حقوق الإنسانفي مصر.

أولاً: الأهداف المتعلقة بالقائم بالاتصال والأداء الاتصالي:

كيفية صياغة المادة الإعلامية المراد توصيلها إلى الجمهور.

التعرف على طبيعة العملية الاتصالية والوسائل المستخدمة في توصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور.

معرفة مصادر المعلومات والتوجيهات بالنسبة للقائم بالاتصال.

ما هي أكثر الوسائل الاتصالية استخداماً من جانب القائم بالاتصال.

معرفة الجهات التي يتعاون معها القائم بالاتصال.

تحديد نوعية الجمهور التي تصل إليه الرسالة الاتصالية من القائم بالاتصال.

التعرف على المعوقات التي تواجه القائم بالاتصال في أداء عمله.

وضع تصور مستقبلي ورؤية مستقبلية لتحسين أداء القائم بالاتصال بالمنظمات الحقوقية من أجل توصيل الرسالة الإعلامية لهذه المنظمات.

ثانياً: الأهداف الخاصة بالمواد الإعلامية والمطبوعات التي تنتجها هذه المنظمات الحقوقية:

معرفة نوعية المطبوعات التي تنتجها وتصدرها هذه المنظمات.

معرفة دورية هذه المطبوعات.

نوعية القضايا والموضوعات التي يتم نشرها في هذه المطبوعاتوأهم القضايا التي تتضمنها.

كيفية تحرير هذه المطبوعات.

كيفية إخراج هذه المطبوعات.

هل تتبع هذه المطبوعات سياسات تحريرية معينة.

ما هي الأهداف المرجوة من إنتاج هذه المطبوعات.

وضع رؤية ومقترحات مستقبلية لتحسين إنتاج مطبوعات لتوزيعها على الجمهور المعني بالرسالة الحقوقية.

ما نوعية الجمهور التي تصدر من أجله هذه المطبوعات.

تساؤلات الدراسة:

واقترحت الدراسة مجموعة من التساؤلات منها:

تساؤلات خاصة بالقائم بالاتصال:

ما هي طبيعة النشاط الاتصالي للقائم بالاتصال في منظمات حقوق الإنسان؟

ما الشروط الواجب توافرها للعمل بمنظمات حقوق الإنسان؟

هل يستخدم القائم بالاتصال وسائل تكنولوجية واتصالية حديثة في ممارسة الأنشطة الاتصالية المختلفة؟

هل يوجد تمويل لهذه المنظمات وهل هذا التمويل داخلي أم يأتي من الخارج؟

ما هي العوامل التي تساعد القائم بالاتصال في أداء عمله؟

هل توجد معوقات تواجه القائم بالاتصال؟

كيفية تغلب القائم بالاتصال على هذه المعوقات؟

ثالثا: تساؤلات خاصة بالمطبوعات والمواد الإعلامية التي تنتجها منظمات حقوق الإنسان:

ما هي أشكال المطبوعات التي تنتجها هذه المنظمات هل هي صحفأم مجلات أم كتيبات؟

هل تستخدم فنون التحرير الصحفي في إنتاج هذه المطبوعات؟

هل تستخدم هذه المطبوعات فنون الإخراج الصحفي؟

هل يقوم بتحريرها صحفيين متخصصين وكذلك مخرجين صحفيين أم لا؟

ما هي القضايا والموضوعات التي تركز عليها هذه المطبوعات؟

هل تصدر هذه المطبوعات بصفة دورية وفي مواعيد منتظمة؟

ما هي الأهداف التي من أجلها تصدر منظمات حقوق الإنسان هذه المطبوعات؟

ما هي العوامل المؤثرة في السياسة التحريرية لهذه المطبوعات؟

هل تعكس هذه المطبوعات وجهة نظر المنظمة أم وجهات نظر خارجية؟

ما نوعية الجمهور المستهدف لهذه المطبوعات؟

وضعه مقترحات لتطوير وتحسين هذه المطبوعات من حيث الشكل والمضمون؟

فروض الدراسة:

فرضت الدراسة مجموعة من الفروض متعلقة بالأنشطة الاتصالية للمنظمات الحقوقية وكذلك بالأداء الاتصالي ودور هذه المنظمات في المجتمع وكانت كالآتي:

هناك دور مؤثر للمنظمات الحقوقية في المجتمع المصري.

المنظمات الحقوقية في مصر عالجت بنص قضايا حقوق الإنسان ونجحت في إبرازها لأفراد الشعب المصري.

يوجد اتصال دائم بين منظمات حقوق الإنسان في المجتمع المصري ومنظمات المجتمع المدني الأخرى والمؤسسات الإعلامية وكافة المؤسسات الأخرى مثل الجامعات والوزارات الأخرى.

هذه المنظمات الخاصة بحقوق الإنسان تعمل بكل حرية في المجتمع المصري ولا توجد قيود عليها في ممارسة أنشطتها الاتصالية.

نـــوع الدراسة:

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى توصيف وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة ودراسة حقائق راهنة متعلقة بطبيعة أو ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية وذلك حول الدور الاتصالي لمنظمات حقوق الإنسان في مصر وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها(37).

منهج الدراسة:

منهج المسح الإعلامي:

استخدمت الدراسة منهج المسح باعتباره أنسب المناهج العلمية ملاءمة للدراسات الوصفية بصفة عامة حيث يتم جمع البيانات اللازمة والكافية عنها ومن عناصرها خلال مجموعة من الإجراءات، المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها (38).

وذلك بهدف مسح النشاط الاتصالي والدور الاتصالي لمنظمات حقوق الإنسان في مصر ومعرفة دورها الاتصالي والإعلامي وتعتمد الدراسات المسحية ومن بينها مسح القائم بالاتصال على الاستبيان في الحصول على البيانات التي تتفق وهدف الدراسة. ولا تكتفي البحوث المسحية بوصف الظواهر التي تتعامل معها ولكن في مقدورها أن تقدم تفسيرا لهذه الظواهر عندما يتم تحليل العلاقات بين المتغيرات المرتبطة بهذه الظاهرة(39).

أدوات جمع البيانات:

استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات في الحصول على البيانات المتعلقة بالدور الاتصالي لمنظمات حقوق الإنسان في مصر وهذه الأدوات هي:

(أ) أداة الاستبيان:حيث تم تصميم استمارة استبيان تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالدور الاتصالي لمنظمات حقوق الإنسان في مصر وكذلك متعلقة بكل ما يخص القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة في أداء

عملية الاتصالي في المنظمة التي يعمل بها ويعتبر الاستبيان من الطرق المتنزه والشائعة في دراسات القائمين بالاتصال والجمهور، ويعتمد على توجيه الأسئلة المعدة حول موضوع معين بقصد الحصول على رد القائمين بالاتصال(40).

(ب) أداة تحليل المضمون:كما اعتمدت الدراسة، على تحليل المضمون حيث تم تصميم استمارة لتحليل أعداد جريدة الأهرام خلال شهري يونيه ويوليو 2013 موضع الدراسة وكذلك تحليل أهم الموضوعات والقضايا التي تتناولها هذه الجريدة(41)، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون في تحليل ماذا كتب وكيف كتب من موضوعات متعلقة بأهداف الدراسة وتساؤلاتها وكذلك متعلقة بالموضوعات والقضايا التي تتناول منظمات حقوق الإنسان في جريدة الأهرام.

مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجموعة من المنظمات العاملة في مجال حقوق الإنسان وفي المنظمة المصرية لحقوق الإنسان والمجلس القومي لحقوق الإنسان والمجلس القومي للمرأة والمجلس القومي لحقوق الإنسان، ومركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ومركز حقوق الطفل المصري والجمعية المصرية للنهوض بالمشاركة المجتمعية والمركز المصري لحقوق المرأة والمنظمة المصرية للسجناء والمركز المصري لحقوق الإنسان والمجلس القومي للطفولة والأمومة.

(أ) عينة الدراسة الميدانية:يتطلب بعد تحديد مجتمع الدراسة واختيار المنهج الملائم اختيار العينة بطريقة علمية لأنه يؤدي إلى أن تكون النتائج

سليمة وصحيحة إلى حد كبير(42). لذلك حددت الدراسة 200 مفردة من القائمين بالاتصال في منظمات حقوق الإنسان في مصر وتم تطبيق الاستقصاء المقنن عليهم والمنظمات هي المنظمة المصرية لحقوق الإنسان والجمعية المصرية لمناهضة التعذيب ومركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان وبعض الناشطين والاستقصاء المقنن ضروري لمعرفة الدور الاتصالي والأنشطة الاتصالية لمنظمات حقوق الإنسان وتطبيق هذا الاستبيان على القائمين بالاتصال والاستقصاء المقنن هو الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقا قبل تطبيق الاستقصاء(43).

(ب) عينة الدراسة التحليلية:تم اختيار جريدة "الأهرام" كمجتمع تحليلي للدراسة خلال شهري يونيو ويوليو 2013 وكذلك للتعرف على الموضوعات المتعلقة بحقوق الإنسان وقضاياه، وتم تحديد إعداد شهري يونيه ويوليو لأن هناك تحول طرأ على المجتمع المصري بعد 30 يونيه وبداية عهد جديد بعد إنهاء حكم جماعة الإخوان المسلمين، وكان الهدف الأساسي من اختيار هذه الفترة الوقوف على التحول تجاه قضايا حقوق الإنسان خلال فترتين مختلفتين في التوجهات نحو حقوق الإنسان.

نظرية البنائية الوظيفية:

يشير مصالوظيفي:إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع والواقع

أن السلوك الأسرى والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي والعقيدة

وغيرها من أشكالا لأنشطة المجتمعية تعد على درجة عالية من التنظيم ويشير مصطلح وظيفة إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استمرار وتوازن المجتمع(44).

المدخل الوظيفي :

المداخل الوظيفية للأنشطة الاتصالية بمنظمات حقوق الإنسان كلها تجيب عن الأسئلة الخاصة بالأدوار التي تؤديها بالنسبة للفرد والمجتمع وذلك على أساسان هذه الأدوار تجسد أهميتها كوسيلة من وسائل الإعلام لتحقيق التوازن والاستقرار وتبعا للنظرية البنائية والوظيفة أو النظريات الوظيفية بشكل عام أو التي تربط الأهداف بالبناء والمعوقات واتجاهات الدعم وسياسات العمل من خلال مراحل التنفيذ والتقييم أي إنها تهتم بتجديد الأدوار المحددة

وكما يهتم التحليل الوظيفي بالأداء المؤسسي فأنة أيضا يهتم بأداء النظام ولذلك فأنهلا يتوقف على دراسة النتائج فقط ولكنة يهتم بتحليل اتجاهات العلاقات وأساليب العمل التي تؤثر بشكل مباشر على تحقيق النتائج والأداء(45).

من هنا كان المناسب المدخل الوظيفي لتطبيقه على هذه الدراسة لمعرفة الاتجاهات وأساليب العمل الإعلامي بالمنظمات الحقوقية وأنشطتها الاتصالية ودورها المجتمعي فيتناول قضايا حقوقية تهتم أفراد المجتمع وكيفية ممارسة العمل الإعلامي بهذه المنظمات(46).

الدراسة التحليلية لجريدة الأهرام

خلال شهر يونيو ويوليو 2013م

أجريت هذه الدراسة على جريدة الأهرام خلال شهري يونيو ويوليو 2013 وتم تحليل أعداد شهر يونيو وشهر يوليو من حيث تناولهما الموضوعي لقضايا حقوق الإنسان وتم اختيار الشهرين المحددين نظراً لأنهما يمثلان فاصل ما بين حكم الإخوان المسلمين والتحول نحو الديمقراطية بعد انتهاء حكم الإخوان المسلمين في مصر.

فئات المضمون:تم تحديد فئات تحليل المضمون المتعلقة بحقوق الإنسان وهي: محاربة استخدام العنف والتعذيب وكذلك الدفاع عن المسجونين والدفاع عن حرية الرأي والتعبير وتناول قضايا الطفل والمرأة وحماية البيئة ومحاربة انتهاك حقوق الإنسان بكافة صورها وقضايا الأقليات وقضايا اللاجئين ونشر ثقافة الديمقراطية وتحقيق السلام الاجتماعي.

فئات الشكل:وكذلك تم تحديد فئات الشكل المتعلقة بفنون التحرير الصحفي المستخدمة في التناول الصحفي لقضايا حقوق الإنسان خلال فترة الدراسة التحليلية لشهري يونيو ويوليو 2013

وهذه الفئات تمثلت في (الخبر الصحفي – الحديث – التحقيق – التقرير – المقال – القصة الخبرية – والصور والكاريكاتير). وفئة المصدر المتمثلة في (صحف من داخل الجريدة – كاتب من خارج الجريدة – مندوب أقاليم – مراسل خارجي – وكالة أنباء – بريد قراء بدون مصدر)، وتمثلت أيضا في موقع المادة التحريرية المنشورة بجريدة الأهرام

في (صفحة أولى – صفحات داخلية، صفحة أخيرة)، وكانت الأهداف آخر فئات الشكل وهي هدف إعلامي إخباري – هدف توجيه إرشادي – هدف تعليمي تثقيفي.

جدول (1)

يوضح أهم القضايا الحقوقية التي تناولتها جريدة الأهرام

خلال شهر يونيو 2013م

موضوعات وقضايا التحليل	ك	%
الدفاع عن المسجونين.	2	2.70
محاربة التمييز العنصري والطائفي.	8	10.83
الدفاع عن الأحزاب المعارضة والسياسية.	-	-
محاربة استخدام العنف ضد المواطنين.	13	17.55
تناول قضايا الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة.	3	4.50
محاربة انتهاك حقوق الإنسان بكافة أنواعها.	5	6.74
الدفاع عن حرية الرأي والتعبير.	6	8
مواجهة إبراز تزوير الانتخابات.	1	1.30
حماية البيئة من التعدي عليها.	15	20
مساعدة اللاجئين وضحايا الحروب.	2	2.70

تحقيق السلام الاجتماعي.	3	4.50
نشر ثقافة الديمقراطية والوعي الانتخابي.	1	1.30
تناول قضايا المرأة على اختلاف أنواعها.	10	13.12
محاربة عمالة الأطفال وقضاياهم.	3	4
أخـرى تذكر.	2	2.76
الإجمالـــي	74	%100

يشير الجدول إلى أن فئة حماية البيئة من التعدي عليها بلغت أعلى تكرار بين الفئات حيث بلغت نسبة (20%) وهذه إشارة صريحة بأن المنظمات الحقوقية لها دور في الحفاظ على البيئة ويعكس ذلك اهتمام جريدة الأهرام بموضوعات التعدي على الأرض الزراعية والحفاظ على البيئة أيضا حيث نشرت جريدة الأهرام بعنوان "خبراء يحذرون من نقص الموارد المائية"، الزراعة المصرية الأكثر تضررا من تغير المناخ(47).

وكذلك "قرى تتسول شربة ماء"(48)، والكوارث الطبيعية تجتاح العالم والحر يقتل 500 في الهند(49)، وتناولت جريدة الأهرام موضوع بعنوان "محافظ الغربية يعترف مياه الشرب ملوثة"(50)، والكنوز الضائعة في سيناء(51)، والنيل في خطر(52).

وكذلك تناولت الصحيفة موضوعات متعلقة بالتعدي على الأراضي الزراعية بالبناء مثل المباني المخالفة في دائرة الخطر(53).

موضوعات متعلقة بالحفاظ على البيئة نظيفة مثل الأمن الغذائي شعار الاحتفال الدولي بيوم البيئة، جهود مصرية لإزالة التعديات على النيل وتشجيع البناء الأخضر(54). ونشرت بعنوان تدمير الأشجار في الربيع(55). ووزير البيئة يطالب بتفعيل دور المجتمع المدني(56). ومحلات لإزالة الأشغال بكورنيش مرسى مطروح(57)، وإزالة التعديات على 1500 فدان ببحيرة البرلس(58). ونشرت تحت عنوان اغتصاب أرض البرلس(59)، والعديد من الموضوعات المتعلقة بالحفاظ على البيئة وكذلك دور منظمات المجتمع المدني تجاه الحفاظ على البيئة، وتحقيق المشاركة المجتمعية بين الجمعيات والمنظمات الحقوقية والمدنية وأفراد المجتمع.

وجاءت في المرتبة الثانية من حيث التناول الإعلامي بجريدة الأهرام خلال شهر يونيو الموضوعات المتعلقة بمحاربة استخدام العنف ضد المواطنين حيث بلغت (17.55%) وتناولت الصحيفة موضوعات مثل تقرير بعنوان أوباما يدعو مرسي والمعارضة لنبذ العنف لتجاوز الأزمة الراهنة وسي إن إن قوة من المارينز لحماية المنشآت والرعاية الأمريكية عند الحاجة(60).

وكذلك وسائل الإعلام العالمية مصر على شفا حرب أهلية وإجبار مرسي على التخلي ليس الحل، اتحاد المصريين بالسعودية يدعو لمصالحة وطنية وحقن الدماء(61).

وكذلك المنظمات الحقوقية ترصد وتوثق الأحداث بالصوت والصورة وستولي المنظمات الحقوقية القيام بالرصد والتوثيق بالصوت والصورة لمظاهرات اليوم وإلى أعمال عنف أو بلطجة(62)، واستنكر الأزهر الشريف حصار بعض المساجد في المنصورة وغيرها من بعض الجهلة الذين لا يريدون الخير لمصر وأهلها وطالب الجميع بنبذ العنف بكل أشكاله(63)، وكذلك الدماء سالت مبكراـ ونزفت الدماء في الإسماعيلية والمنوفية وطنطا والمحلة والفيوم وكفر الشيخ، واشتباكات عنيفة ليس لها مبرر على الإطلاق(64).

والعديد من الموضوعات الأخرى التي تدعو إلى نبذ العنف بكافة أشكاله وكذلك رفض المنظمات الحقوقية لإسالة الدماء في الشوارع والمدن والمحافظات المصرية ومراقبة هذه المنظمات لأي أعمال عنف أو بلطجة.

كما جاءت قضايا المرأة في المركز الثالث ضمن اهتمامات الصحيفة والمنظمات الحقوقية بالمرأة أيضا حيث بلغت (13.12%)، ونشرت الجريدة موضوعات متعلقة بالمرأة مثل المعاملة السيئة للزوجة تؤدي إلى طفل معاق(65)

والبرنامج القومي لصحة المرأة سرطان الثدي وحش يمكن ترويضه(66)، وقومي السكان يطالب بإنقاذ بنات مصر(67)، وقومي المرأة يندد يطوره بصورة ظاهرة الختان(68)، وشروط نسائية للطلاق والزواج الثاني للأقباط(69).

وهناك أيضا العديد من الموضوعات التي تناولتها جريدة الأهرام متعلقة بالمرأة في ضوء اهتمام منظمات حقوق الإنسان وكذلك منظمات المجتمع الذي مثل رفضت لجنة حقوق الإنسان بمجلس الشورى اقتراحا تقدم به النائب عادل عفيفي لإلغاء المجلس القومي للمرأة وتوزيع الميزانية المخصصة له مناصفة ما بين المجلس القومي لحقوق الإنسان والمجلس القومي للأمومة والطفولة(70)، ومحو أمية 400 ألف فتاة المتسربات 300 ألف(71).

وأبرزت صحيفة الأهرام اهتمامها بقضية التمييز الطائفي حيث بلغت فئة ممارسة التمييز الطائفي والعنصري (10.83%) ويعكس هذا خطورة هذه القضية واهتمام المنظمات الحقوقية سواء داخل مصر أو خارجها بهذه القضية حيث نشرت الصحيفة العديد من القضايا أو الموضوعات التي عالجت وحاربت فيها التمييز العنصري مثل: بعد فتنة مقتل الشيعة العلماء تصحيح المفاهيم الدينية بالرفق وليس بالعنف(72)، وخبر بعنوان في الندوة الشهرية الأولى الجامع الأزهر الإسلام نهى عن قتل المخالفين في المعتقد والفكر(73).

وكذلك موضوع بعنوان: القتل على الهوية وأن ما حدث في أبو النمرس من حرق وقتل لبعض المعتنقين للفكر الشيعي أمر لا يجب أن يمر بهدوء(74)، ونشرت أيضا جريمة النصف من شعبان بأبو النمرس مقتل وسحل 4 بينهم الداعية الشيعي حسن شحاته وإصابة 8 آخرين(75)، ونشرت الصحيفة أيضا موضوع بعنوان الدور المهم للأزهر والكنيسة

ويشير إلى استقبال شيخ الأزهر إلى قداسة البابا تواضرس وأشار لموضوع أن دور الأزهر والكنيسة تاريخي في حماية الوحدة الوطنية والدفاع عن حرية وكرامة الوطن والمواطنة(76). إذن كان هناك دور واضح وملموس في الحفاظ على الوحدة الوطنية والحفاظ على جميع القوى المصرية متماسكة مسلمين وأقباط.

كما كان هناك مطالبات متعددة بضرورة الدفاع عن حرية الرأي والتعبير حيث بلغت نسبة هذه الفئة (8%) حيث تناولت جريدة الأهرام موضوع بعنوان "وزير العدل التظاهر السلمي حق دستوري وحماية الشرعية السبيل لسلامة البلاد الحفاظ على المؤسسات والمنشآت واجب على المتظاهرين"(77)، وكذلك موضوع بعنوان "الاحتجاج السلمي مشروع وتخريب الممتلكات جريمة"(78)،وخبر بعنوان "المريخ مبادر لدعم حرية التعبير"(79)،والدولي لحقوق الإنسان يناقش 3 تقارير مصرية(80)، وحفاظا على حرية الرأي والتعبير أوضحت جريدة الأهرام في خبر لها "أن المجلس القومي لحقوق الإنسان عانى كثيرا من تدخل أمن الدولة"(81)،

وحول المخالفة في الرأي تناولت الصحيفة موضوع بعنوان "أخطر ما نواجهه هو شعار التكفير للمخالف في الرأي اختلاق الخصوصيات يضر بالوطن"(82).

وكان هناك وجود لفئة محاربة انتهاك حقوق الإنسان بكافة أنواعها حيث بلغت (6.74%) بالشئون السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وكل ما

من شأنه أن يرتقي بالإنسانية حيث عالجت بعض الموضوعات وتناولت أهم القضايا التي يعاني منها المواطن في حياته اليومية ومنها "الإعلام شريكفي النهوض بأوضاع الفساد"(83)، ونشرت موضوع بعنوان: زيادة السكان نعمة أم نقمة وتنظيم النسل يجوز شرعا ونخسر سنويا 23 مليار بسبب عدم استغلال زيادة السكان(84)،حقوق الإنسان يرفض تعديلات في قانون(85)، ولعنة سنه سادسة.

وتناولت الصحيفة موضوعات لمحاربة عمالة الأطفال وقضاياهم حيث بلغت (2.76%)، وأشارت الصحيفة إلى أن أطفال أفريقيا يلتقون في احتفالية حوض النيل(86)، والمعاملة السيئة للزوجة تؤدي إلى طفل معاق(87)،وبعد شائعة عن فساد عبوات طعم شلل الأطفال متهما(88)، وأوضحت الصحيفة في أصدق توقعاتها أن العنف يهدد عقل طفلك(89).

وكان هناك أيضاً وجود لفئة تحقيق السلام الاجتماعي في مختلف المجالات حيث بلغت نسبة (4.50%) وتناولت موضوعا بعنوان لا للتناحر(90)، وموضوع بعنوان: مناشدة للجميع النظر في شئون مصر الداخلية تعتبر تقيد بالحزبية العمياء(91)، وأشارت الصحيفة في أحد موضوعاتها إلى من يطفئ شرر الحرب الأهلية وجاء هذا الموضوع في صفة سؤال(92). وتناولت أيضا موضوع بعنوان: العفو الدولية تدعو الرئيس لمحاربة العنف الطائفي(93).

وظهرت فئة موجهة وإبراز تزوير الانتخابات بنسبة (1.30%) وهو ظهور محدود تحت عنوان: التشريعية تعترض تعديلات الدستورية على قانون مباشرة الحقوق السياسية(94).

وأشارت أيضا الدراسة التحليلية لجريدة الأهرام أنه كان هناك اهتمام ببعض الموضوعات التي تندرج ضمن حقوق الإنسان سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي مثل مساعدة اللاجئين حيث بلغت (2.70%) وإبرازها موضوعات نشرت بعنوان "مصالح المصريين والسوريين(95)، وهربوا من نيران الحرب الأهلية في بلادهم السوريون يطلبون الرعاية(96)، الخارجية الأمريكية تطالب المنظمات الأهلية في مصر بالشفافية(97)،وأوضحت في أحد موضوعاتها إلى فئة الفلاحين وأوجاعهم تحت عنوان: "سد النهضة الأثيوبي يزيد من أوجاع الفلاحين في بحري وقبلي"(98).

ونشرت موضوعا بعنوان: "القومي لحقوق الإنسان يدعو لتغيير قانون توريد الأطعمة للجامعات(99)،ضمن فئة أخرى تذكر.

وكان هناك دور لمنظمات حقوق الإنسان ودورها في الدفاع عن المسجونين حيث بلغت فئة الدفاع عن المسجونين (2.70%)، ويوضح ذلك ما نشرته جريدة الأهرام تحت عنوان "يعدها حقوق الإنسان، خطة لتطوير السجون والمؤسسات العقابية"(100)،وحقوق الإنسان يرفض تعديلات في قانون(101). والقومي لحقوق الإنسان يعيد تشكيل وفد زيارة السجون(102)،وكذلك كان هناك ظهور محدد ولفئات نشر ثقافة الديمقراطية والوعي الانتخابي ومواجهة وإبراز تزوير الانتخابات، وكان هناك ظهور لفئة أخرى تذكر حيث تناولت موضوعات بعنوان " إدانة لحصار المساجد شيخ الأزهر يدين، وموضوعا بعنوان " القومي لحقوق الإنسان يدعو إلى تغيير قانون الأطعمة للجامعات.

إذا كان هناك اهتمام بقضايا وموضوعات حقوقية تهم الإنسان والمواطن المصري بشكل عام ومنها قضايا استخدام العنف ضد المواطنين قضايا حرية الرأي والتعبير والحفاظ على البيئة وتحقيق السلام الاجتماعي والدفاع عن المسجونين والتميز الطائفي ودور المنظمات الحقوقية في تشكيل الوعي لدى المواطنين

وإبراز دور هذه المنظمات في المجتمع المصري وأن هناك اهتمام بقضية حقوق الإنسانفي الوقت الراهن أكثر مما مضى.

جدول رقم (2)

يشير إلى فنون التحرير المستخدمة بجريدة الأهرام

في التناول الإعلامي للقضايا الحقوقية خلال شهر يونيو 2013.

فنون التحرير	ك	%
الخبر	35	47.30
الحديث	3	4
التحقيق	17	23.50
التقرير	2	2.70
المقال	11	14
القصة الخبرية	-	-
الصور والكاريكاتير	6	8.50

الإجمالي	74	%100

يشير الجدول السابق إلى الآتي:

جاء الخبر في المرتبة الأولى من حيث الأعداد التكرارية وبلغت نسبته (47.30%) ويرجع ذلك إلى تناول العديد من الموضوعات في شكل أخبار وتراوحت أحجامها في أخبار صغيرة ذات مساحات صغيرة وكذلك أخبار كبيرة نسبياً.

بينما جاءت التحقيقات في المرتبة الثانية من حيث التكرار وبلغت نسبتها (23.50%) وجاءت المقالات في المركز الثالث من حيث استخدامها كفنون تحريرية بصحيفة الأهرام خلال شهر يونيو 2013 وجاءت هذه المقالات في الصفحة الأخيرة وكذلك في رأي الأهرام وفي صفحة الفكر الديني وصفحة قضايا وآراء لصحفيين من خارج الجريدة وصحفيين بالجريدة. ثم جاء بعد ذلك الصور والكاريكاتير وهي تحمل موضوعات وقضايا معينة

وكذلك الصور جاءت كصور أشخاص أو صور موضوعية ضمن الموضوع المنشور مثل صورة ندوة وجاءت فئة التقرير بأقل تكرارا وبنسبة (2.70%) وكان هناك ظهور لفئة الحديث حيث بلغت (4%) مثل حوار بعنوان: "أخطر ما توجهه هو شعار التكفير للمخالف في الرأي اختلاق الخصومات يضر بالوطن للدكتور/ محمد عبد اللاه(103)، وكذلك ندوة بعنوان الندوة الشهرية الأولى بالجامع الأزهر(104)،وأيضا حوار خاص بالمرأة مع الدكتورة دريه سالم.

بينما اختفت القصة الخبرية من جريدة الأهرام خلال شهر يونيو 2013 ولم تظهر بين فئات التحليل. ويشير ذلك أن موضوعات نشرت بالجريدة متعلقة بالقضايا الحقوقية للإنسان في أشكال تحريرية متعددة على قمتها الأخبار الصحفية والتحقيقات والمقالات الصحفية متضمنة قضايا حقوق الإنسان

جدول (3) يشير إلى مصادر المادة التحريرية المختلفة

بالقضايا الحقوقية بجريدة الأهرام خلال شهر يونيو 2013م.

المصـــدر	ك	%
صحفي من داخل الصحيفة.	50	67
كاتب من خارج الجريدة.	4	5.40
مندوب أقاليم.	11	15.50
مراسل خارجي.	4	5.40
وكالة أنباء.	3	4
بريد القراء.	-	-
بدون مصدر.	2	2.70
الإجمالي	74	100

تشير البيانات بالجدول السابق إلى أن صحفي من داخل الجريدة بلغت أعلى نسبة (67%)، بينما جاءت فئة مراسل الأقاليم بنسبة (15.50%)، وتلي ذلك كاتب من خارج الجريدة متساويا مع مراسل خارجي، وأخيرا جاءت فئة وكالات

الأنباء بنسبة (4%) وبدون مصدر (2.70%) وعبارة عن اختبار ولكن بدون توضيح مصدرها.

جدول (4) يوضح موقع المادة التحريرية المتعلقة بالموضوعات الحقوقية بجريدة الأهرام خلال شهر يونيو 2013م.

موقع المادة التحريرية بالصحيفة	ك	%
صفحة أولى	3	4
صفحات داخلية	69	93.30
صفحة أخيرة	2	2.70
الإجمالي	74	100

وتشير البيانات بالجدول أن أغلب الموضوعات جاءت في الصفحات الداخلية، بينما جاءت الصفحة الأولى متضمنة لموضوعات أيضاً في المرتبة الثانية بنسبة (4%)، وأخيرا جاءت الصفحة الأخيرة بنسبة (2.70%) حيث أن هناك مقالات وأخبار صغيرة تنشر في الصفحة الأخيرة وتعالج موضوعات متعلقة بحقوق الإنسان.

جدول (5) يوضح الهدف من المادة التحريرية بجريدة الأهرام

خلال شهر يونيو 2013م والمتعلقة بالقضايا الحقوقية

الهــدف	ك	%
هدف إعلامي إخباري	66	98.30
هدف توجيهي إرشادي	6	0.8
هدف تعليمي تثقيفي	2	2.70
الإجمالي	74	100

يعطي هذا الجدول دلالة واضحة وهي أن الهدف الإعلامي الإخباري هو المعنى من

المواد التحريرية والموضوعية بجريدة الأهرام خلال شهر يونيو 2013 وكذلك

الهدف من الموضوعات المتعلقة بقضايا حقوق الإنسان والمرأة والطفل الهدف منها

إعلامي إخباري أولا، ثم جاءت الأهداف التوجيهية الإرشادية في المركز الثاني

حيث أن هناك موضوعات عديدة تدعو إلى وقف نزيف الدم والحفاظ على الدم المصري، كما جاء في بيانـات الأزهـر وكبـار علمـاء الإسلام في صفحة الفكر الديني. وأخيرا جاءت الأهداف التعليمية التثقيفية في المركـز الثالث بنسبة (2.70%) والهدف منها تعليمي تثقيفي.

جدول (6) يوضح أهم القضايا الحقوقية

التي تناولتها بجريدة الأهرام خلال شهر يونيو 2013م.

موضوعات وقضايا التحليل	ك	%
الدفاع عن المسجونين ورعايتهم.	7	6.70
محاربة التمييز العنصري والطائفي.	4	3.80
الدفاع عن الأحزاب المعارضة والسياسية.	-	-
محاربة استخدام العنف ضد المواطنين.	32	30.50
تناول قضايا الأقليات وذوي الاحتياجات.	4	3.95
محاربة انتهاك حقوق الإنسان بكافة أنواعها.	4	3.95
الدفاع عن حرية الرأي والتعبير.	4	3.95
مواجهة وإبراز تزوير الانتخابات.	1	1
حماية البيئة من التعدي عليها.	14	13.40
مساعدة اللاجئين وضحايا الحروب.	3	2.95
تحقيق السلام الاجتماعي.	12	11.45

نشر ثقافة الديمقراطية والوعي الانتخابي.	7	6.70
تناول قضايا المرأة على اختلاف أنواعها.	7	6.70
محاربة عمالة الأطفال وقضاياهم.	4	3.95
أخرى تذكر.	1	1
الإجمالي	104	100

تأشير بيانات الجدول أن فئة محاربة استخدام العنف ضد المواطنين بلغت أعلى فئة من حيث التكرار حيث بلغت نسبتها (30.50%)، وذلك يشير إلى أنه خلال شهر يوليو 2013 كان، وعرض العديد من الممارسات التي تتصف بالعنف ضد المواطنين والعديد من أعمال العنف أيضا التي تم ممارستها ضد المواطنين من قبل جماعة الإخوان المسلمين وذلك بعد عزل الرئيس محمد مرسي، ومن بين هذه الموضوعات التي دعت إلى نبذ العنف ضد المواطنين موضوع بعنوان "شيخ الأزهر يعتكف في منزله احتجاجاً على إراقة الدماء(105)،والمتظاهرون يرفضون دعاة العنف(106)،ومصر في مواجهة الفوضى(107)،تمرد تطالب بمحاكمة المحرضين على العنف(108)، والدم الحرام(109)،والقوى السياسية تدين أحداث العنف وتطالب بلجنة تقصي حقائق قضائية(110).

والمصارحة قبل المصالحة سياسيون محاكمة المحرضين على العنف والقتلة شرط للمصالحة الحقيقية والتخلي عن العنف والإيمان بالمواطن بعيدا عن تيارات الإسلام إلى الصف الوطني(111)،وعرض صور لمواطن وممارسات تعذيب أيضاً. إذن يتضح من ذلك أن شهر يوليو 2003 شهد أعمال عنف متعددة وكثيرة في جميع أنحاء مصر نتيجة لخلع الرئيس المعزول مما أعقب ذلك العديد من ممارسات العنف.

ثم جاءت فئة التعدي على البيئة ومائها من كافة أنواع تعدي الإنسان عليها في المرتبة الثانية حيث بلغت (13.40%)، وهذا يدل على أن موضوعات حماية البيئة جاءت في المرتبة الثانية حيث تناولت جريدة الأهرام خبر بعنوان: القمامة في الجيزة ترفع في أحياء وتبقى في أخرى(112)، والرصف والتشجير تطوعاً(113).

تناولت كذلك تحقيق بعنوان: "ورد النيل يهدد الثروة السمكية ويغلق ترعة الدقهلية(114)،وأيضا تناولت خبر بعنوان: الجيزة تلجأ إلى الجمعيات الأهلية في النظافة والعمل الجماعي داخـــل الحكومـــة(115)،ومقدمات للحد من عواقب الكوارث المناخية(116).

إذن كان هناك اهتمام بالبيئة وكذلك دور المنظمات الحقوقية والجمعيات الأهلية ومنظمات المجتمع المدني في الحفاظ عليها بالتعاون مع الجهود الحكومية أيضاً.

ثم جاءت بعد ذلك فئة تحقيق السلام الاجتماعي داخل المجتمع المصري حيث بلغت نسبة (11.45%) وذلك من أجل الحفاظ على الشعب المصري من الانهيار بعد إنهاء حكم جماعة الإخوان المسلمين لمصر وظهر ذلك في موضوعات عديدة تناولتها جريدة الأهرام منها، خبراء الإعلام والقانون والدين يؤيدون إغلاق قنوات التحريض(117)،الانقسام حرام ولابد من نهاية للتشرذم، على جميع الشباب أن يحكموا العقل ويلقوا ما بأيديهم من أسلحة ويتوبوا إلى الله، من يستحل دم أخيه خارج من حظيرة الإسلام، من يحرض على العنف شريك في الإثم (118)،وكذلك نشرت موضوع بعنوان إخوان بلا عنف تطالب سحب الثقة من المرشد(119)،وهل تتصالح الديمقراطية مع خطاب الإسلام السياســـي؟(120)،وهو مقــال يدعــــو للمصالحة مع جماعة الإخوان والشعب المصــري.

وتساوت في التكرار فئة الدفاع عن المسجونين ورعايتهم وفئة نشر ثقافة الديمقراطية ونشر الوعي الانتخابي وفئة تناولت قضايا المرأة على اختلاف أنواعها.

حث جاءت موضوعات الدفاع عن المسجونيـن بنسبة (6.70%) مثـــل مفوضيـــة الأمم المتحـدة لحقــوق الإنســان تطالب بتوضيـح أسبــاب الاحتجازات(121)،وتبايـــن في تقارير الاحتجاج بين الحكومة والمجتمع المدني(122).

ونشت موضوعات أيضا تدعو إلى نشر الديمقراطية والفكر الديمقراطي متمثلة في الديمقراطية.. لماذا فشلت التجربة الأولى(123)،أشتون فريد أن نرى مصر بتقديم نحو الديمقراطية(124). ودستور 2012 ينتظر التعديل يعد تعطل العمل به(125).ومظاهرات في الشارع المصري تكشف عن معركة لتعريف الديمقراطية.

وجاءت فئة تناول قضايا المرأة على أحلامها بموضوعات عديدة خلال شهر يوليو 2013 متمثلة في الآتي: علماء الدين مشاركة المرأة في المظاهرات حق شرعي وواجب وطني(126)،وخبر بعنوان الفنانون والإعلاميون في حملة فتاة النيل

يشارك عدد من نجوم الفن وممثلي الصحة والكنيسة والأزهر في المؤتمر الصحفي الخاص بإطلاق حملة فتاة النيل التي تستهدف إلى مقاومة ختان الإناث بجانب عدد من النقابات منظمات المجتمع المدني(127)، ومرصد إعلامي لحماية المرأة من الانتهاكات(128)، ونساء في رقبة الجماعة(129)،وقومي المرأة يدعو لتشكيل لجنة حكماء من أجل نساء مصر(130).

وتساوت أيضا فئات عديدة منها محاربة التميز الطائفي والعنصري ومحاربة انتهاك حقوق الإنسا، والأزهرأنواعها والدفاع عن حرية الرأي والتعبير ومحاربة عمالة الأطفال، وتمثلت موضوعات التميز في خبر بعنوان: تأجيل فتنة الخصوص إلى 24 أغسطس(131)،ومحاكمة 23 متهما من المسلمين والمسيحيين في أحداث الفتنة الطائفية بالخصوص لجلسة 24 أغسطس(132).

وخبر بعنوان مصر نسيج واحد وهذا الخبر يحمل مجموعة من الصور لأفراد مسلمين ومسيحيين(133)،والأزهر والفاتيكان عودة للحوار أم استمرار للقطيعة(134)،ويحمل هذا التحقيق مجموعة صور لمجموعة من المسلمين والمسيحيين.

ونشرت صحيفة الأهرام فيما يخص انتهاك حقوق الإنسان بكافة أنواعها موضوعات عديدة منها الإخوان تعلن مقتل 200 شخص وإصابة خمسة آلاف(135)،وليلة دامية في اعتصام رابعة، عشرات القتلى ومئات الجرحى واتهامات متبادلة بين الأمن والمتظاهرين(136)،والاتحاد الأوربي يأسف بشدة لسقوط قتلى خلال المظاهرات في مصر(137)،الجميع يصلي من أجل مصر(138) والأزمة تتصاعد والسلاح في يدالجميع(139).

ونشرت جريدة الأهرام العديد من الموضوعات المتعلقة بفئة عمالة الأطفال وقضاياهم وبلغت نسبتها أيضا (3.95%)، وتمثلت الموضوعات في الأمن يطارد أصحاب الرايات السوداء وقتلة الأطفال(140)، وعمالة الأطفال شبح يطارد الأسر في الفيوم(141)،وقومي المرأة يحذر من استغلال الأطفال في الأحداث السياسية(142).

أما عن قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة فظهرت أيضا في جريدة الأهرام بعنوان: طابقان لذوي الاحتياجات الخاصة للطواف بالكعبة(143)، وبلغت فئة مساعدة اللاجئين وضحايا الحروب بنسبة (2.95%) وكلها تتعلق بالشعب السوري، وأثر الحرب السورية على المواطنين مثل فتنة سوريا جديدة، وظهرت كمقال في رأي الأهرام(144)، والسوريون بؤس الداخل والخارج(145)، وسوريا الأزمة(146).

وأخيراً ظهرت فئة موجهة وإبراز تزوير الانتخابات وتساوت مع فئة أخرى تذكر حيث بلغت نسبة (1%) لكلاهما، وتمثلت فئة إبراز تزوير الانتخابات في الدستور في التعديل(147)، وقومي المرأة يطالب بسرعة الاستجابة لمطالب الشعب(148).

كما أنالمرأة يطالبمن الموضوعات التي تناولتها الجريدة وتعالج قضايا حقوقية

أو جمعيات أهلية أو منظمات مجتمع مدني وتبرز فيها أنشطت هذه المنظمات والجمعيات ودورها سواء في تشكيل الوعي الديمقراطي والسياسي لدى الأفراد أو في توعية الجماهيــر، وكذلــك الدور المتعــدد والمختلف لهـذه الجمعيـات داخل إطـار المجتمع المصري مثل نائب رئيس اتحاد الجمعيات الأهلية 27% من الخدمات الصحية يقدمها المجتمع المدني(149)، والأمين العام لمجلس الكنائس العالمي تدعم جهود الحفاظ على وحدة الشعب المصري(150)،وتباين في تقارير الاحتجاج بين الحكومة والمجتمع المدني(151).

وقومي المرأة يطالب بسرعة الاستجابة لمطالب الشعب، وأخوان بلا عنف تطالب بسحب الثقة من المرشد، والقوى السياسية ترحب بمبادرة الرئاسة لحقن الدماء، القوى المدنية ترفض المصالحة مع الإخوان، القوى السياسية تحذر من إشاعة الفوضى في الإسكندرية.

كل هذا يوضح أن هناك منظمات وجمعيات ومؤسسات وقوى سياسية حقوقية تدعو إلى الحفاظ على كيان الشعب المصري والحفاظ على أرواح المصريين في شكل مطالب حقوقية تحافظ على حقوق الإنسان بما كفله له القانون.

جدول (7) يشير إلى فنون التحرير المستخدمة بجريدة الأهرام في تناولها الإعلامي للقضايا الحقوقية خلال شهر يوليو 2013

فنون التحرير	ك	%
الخبر	56	5.4
الحديث	4	3.50
التحقيق	20	19.50
التقرير	4	3.50
المقال	19	18.50
القصة الخبرية	-	-
الصور والكاريكاتير	1	1

الإجمالي	104	100

تشير الأرقام بالجدول أن الخبر جاء في مقدمة فنون التحرير المستخدمة في جريدة الأهرام خلال شهر يوليو 2013 وذلك من حيث الموضوعات المتعلقة بحقوق الإنسان وجاءت مساحات الأخبار مختلفة ومتنوعة نجد أن هناك أخبار احتلت مساحات كبيرة إلى حد ما وأخبار جاءت مساحتها صغيرة جدا حيث بلغت عدد تكرارات الأخبار (56) بنسبة (54%).

وجاءت في المرتبة الثانية بنسبة (19.5%) التحقيقات الصحفية حيث تناولت الجريدة العديد من التحقيقات المتعلقة بفئات المضمون التي تم تحديدها مثل محاربة العنف وعدم ممارسة العنف ضد المواطنين ومن أمثلة التحقيقات تحقيق بعنوان: "علماء الدين مشاركة المرأة في المظاهرات حق شرعي وواجب وطني، وتحقيق بعنوان خبراء الإعلام والقانون والعديد يؤيدون إغلاق قنوات

التحريض وتحقيق آخر بعنوان: عمالة الأطفال شبح يطارد الأسر في الفيوم وهو تحقيق من مراسل محافظة الفيوم.

وتلي التحقيقات فن المقال بنسب (18.5%) متقاربا مع التحقيقات حيث أن أغلب التحقيقات دعت إلى حماية المواطن وحق التظاهر السلمي وكذلك حرمة الدم المصري وضرورة نبذ الخلاف. كل هذه الموضوعات ضمن فئات التحليل التي تعو إلى حماية حقوق الإنسان في النهاية مثل مقال بعنوان: "المصالحة الوطنية" ومقال بعنوان: "المصالحة قبل الأمن والاقتصاد"، ومقال بعنوان "شروط المصالحة الوطنية"، ومقال أخير بعنوان "مصالحة وطنية الآن وليس الغد"، كل هذه المقالات تؤكد على حماية حقوق الإنسان المصري وحقن الدماء المصرية.

وتساوت فئة الحديث الصحفي وفئة التقرير من حيث أعدادهم التكرارية (4) وبنسبة (3.50%) لكل منهما ونشرت جريدة الأهرام حوار بعنوان "الانقسام حرام ولابد من نهاية للتشرذم

وعلى جميع الشباب أن يحكموا العقل ويلقوا ما بأيديهم من أسلحة ويتوبوا إلى الله، من يستحل دم أخيه خارج من حظيرة الإسلام، ومن يحرض على العنف شريك في الإثم".

كما نشرت جريدة الأهرام تقرير بعنوان "مظاهرات الشارع المصري تكشف عن معركة لتعريف الديمقراطية" وهناك أيضا تقارير تنقلها الجريد عن صحف ووكالات أنباء أجنبية متعلقة بضرورة الحفاظ على الدم المصري أو نشر الفكر الديمقراطي والتحول الذي شهدته مصر خاصة بعد 30 يونيه.

وأخيرا جاءت فئة الصور والكاريكاتير في المرتبة الأخيرة كفن من فنون التحرير المستخدمة في التعبير عن القضايا المتعلقة بحقوق الإنسان وهناك صور لأفراد أثناء الاشتباكات والمظاهرات كما توجد رسوم كاريكاتورية تدعو إلى المصالحة ونبذ الخلاف وتوضح عنف الإخوان.

جدول (8) يشير إلى مصادر المادة التحريرية المتعلقة

بالقضايا الحقوقية بجريدة الأهرام خلال شهر يوليو 2013

المصـدر	ك	%
صحفي من داخل الجريدة	79	76
كاتب من خارج الجريدة	8	7.50
مندوب أقاليم	13	13
مراسل خارجي	-	-
وكالة أنباء	-	-
بريد القراء	3	2.50
بدون مصدر	1	1
الإجمالي	104	100

توضح البيانات أن فئة صحفي من داخل الجريدة هي أعلى نسبة بين الفئات الأخرى التي تعتبر مصدر من مصادر المعلومات لجريدة الأهرام حيث بلغت هذه الفئة (76%)، وجاءت فئة مندوب أقاليم في المركز الثاني نظرا لوقوع أحداث ومصادمات في جميع المحافظات وأن الصحيفة كانت تعتمد على نشر كل وقائع الأحداث في صفحة واحدة تشمل كل أقاليم الدولة عن طريق مراسلين في كافة المحافظات والمدن.

واحتلت فئة كاتب من خارج الجريدة المركز الثالث نظرا لنشر العديد من الموضوعات لهؤلاء الكتاب في صفحة قضايا وآراء.

ثم جاءت وكالات الأنباء في المركز الرابع كمصدر من مصادر المعلومات لتناقل الوكالات الأحداث الدامية في مصر خاصة أحداث رابعة، ثم جاءت بعد ذلك فئة بريد القراء في المركز الأخير.

جدول (9) يوضح موقع المادة التحريرية المتعلقة

بالموضوعات الحقوقية بجريدة الأهرام خلال شهر يوليو 2013

موقع المادة التحريرية بالصحيفة	ك	%
صفحة أولى	9	9
صفحات داخلية	88	88.50
صفحة أخيرة	3	2.50
الإجمالي	104	100

أما عن موقع المواد التحريرية على صفحات جريدة الأهرام والموضوعات المتعلقة بحقوق وقضايا الإنسان وحمايته فجاءت الصفحات الداخلية أعلى نسبة (88.50%) كلاهما الصفحات الأولى وما تضمنته من أخبار تخص حقوق الإنسان والمنظمات الحقوقية بنسبة (9%) وجاءت فئة صفحة أخيرة في المركز الأخير.

جدول (10) يوضح الهدف من المادة التحريرية

بجريدة الأهرام خلال شهر يوليو 2013، والمتعلقة بالقضايا الحقوقية

الهــدف	ك	%
هدف إعلامي إخباري	72	69.30
هدف توجيهي إرشادي	24	23
هدف تعليمي تثقيفي	8	7.70
الإجمالي	104	100

أما عن الأهداف بالنسبة للموضوعات فجاءت فئة هدف إعلامي إخباري بنسبة (72%) كما يشير الجدول، وهدف توجيهي إرشادي بنسبة (23%) في المركز الثالث، وأخيرا فئة هدف تعليمي تثقيفي بنسبة (7.70%) في المركز الأخير بين الفئات.

نتائج الدراسة التحليلية لجريدة الأهرام خلال شهري يونيه ويوليو 2013:

وجد اهتمام بكافة الفئات المتعلقة بحقوق الإنسان خلال شهر يوليو عن شهر يونيو بكافة أنواعها الحقوقية.

اهتمت الجريدة بقضايا التمييز العنصري والطائفي نظرا لوجود أهداف غير معلنة تجاه بعض الأفراد لنشر الفتنة الطائفية.

اهتمت الجريدة بفئة محاربة استخدام العنف ضد المواطنين في شهر يوليو عن شهر يونيه حيث بلغت نسبتها (30.50%) خلال شهر يوليو بينما كانت في شهر يونيو(17.55%).

اهتمام الجريدة بقضايا المرأة على اختلاف أنواعها، وكان هناك اهتمام بالغ في نشر العديد من الموضوعات المتعلقة بالمرأة.

تناول الجريدة لقضايا عمالة الأطفال أيضاً وهناك اهتمام ملحوظ خلال شهر يوليو عن شهر يونيه.

زاد معدل الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالسلام الاجتماعي خلال شهر يوليو نظرا لإنهاء حكم الإخوان وزيادة معدلات ارتكاب الجرائم والتعدي على المنشآت والطرق والمواطنين أيضاً.

الاهتمام بقضايا نشر ثقافة الديمقراطية والوعي الانتخابي لدى المواطنين خلال شهر يوليو.

الاهتمام بقضايا اللاجئين وضحايا الحروب ووجد أن الاهتمام كان منصب على أفراد الشعب السوري.

هناك أيضا زيادة في معدل الاهتمام بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة والأقليات.

كان هناك تغطية لمنظمات حقوق الإنسان في مصر وأنشطتها وأهم التقارير والقوانين الصادرة عنها.

الدراسة الميدانية:

تمت هذه الدراسة الميدانية على عينة قوامها (200) مفردة من المسئولين

والعاملين بمنظمات حقوق الإنسان في مصر وكذلك مع الناشطين والمهتمين بالقضايا الحقوقية في المنظمة المصرية لحقوق الإنسان، وكذلك المجلس القومي للمرأة والمجلس القومي للأمومة والطفولة، وبعض المنظمات مثل الجمعية المصرية لمناهضة التعذيب ومركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان.

جدول (11)

يوضح طبيعة عمل منظمتك يتمثل في:

طبيعة عمر المنظمة	ك	%
الدفاع عن المسجونين.	28	5
محاربة التمييز الطائفي.	40	7
الدفاع عن الأحزاب والمعارضة السياسية.	36	6.5
محاربة استخدام العنف ضد المواطنين.	40	7
تناول قضايا الأقليات.	25	4.5
محاربة انتهاك حقوق الإنسان.	60	10.5
الدفاع عن الرأي وحرية التعبير.	55	9.5
مواجهة تزوير الانتخابات.	60	10.5
حماية البيئة من التعدي عليها.	20	3.5
مساعدة اللاجئين وضحايا الحروب.	12	2
تحقيق السلام الاجتماعي.	58	10

نشر ثقافة الديمقراطية والوعي الانتخابي.	50	8.5
تناول قضايا المرأة بأنواعها.	40	7
محاربة عمالة الأطفال.	37	6.5
أخرى تذكر	10	2
ن = 200		

يشير الجدول إلى أن هناك العديد من الموضوعات التي اهتمت بها منظمات حقوق الإنسان وتناولتها ضمن الأنشطة التي تقوم بها هذه المنظمات وجاء على قمة هذه الموضوعات محاربة انتهاك حقوق الإنسان ومواجهة تزوير الانتخابات حيث بلغت كلتا الفئتين (10.5%) وأن هذه المنظمات قامت بتناول العديد من الموضوعات المتعلقة بتزوير الانتخابات خلال إجراء الانتخابات البرلمانية لمجلسي

الشعب والشورى، وكذلك العديد من القضايا التي تنقص من حقوق الإنسان الاقتصادية والاجتماعية حيث بلغت (2561)(152).

تم اختيار أكثر من متغير من جانب عينة الدراسة الميدانية بالنسبة لمتغيرات الدراسة :

ثم جاءت فئة تحقيق السلام الاجتماعي ونشر ثقافة الديمقراطية والدفاع عن الرأي وحرية التعبير بتكرارات متقاربة وكذلك نسب متقاربة جدا (9.5%) و(10%) و(8.5%) ويوضح ذلك تناول حوالي 30 قضية متعلقة(153)، بحرية الرأي والتعبير.

ثم جاءت فئات محاربة التميز الطائفي حيث بلغت (7%) وفئة محاربة استخدام العنف ضد المواطنين والتعذيب بلغت (7%). أيضا حيث أشار التقرير السنوي لمنظمة حقوق الإنسان أن قضايا الاضطهاد بلغت 197 قضية عام 2007 وأن قضايا التعذيب بلغت 40 قضية عام 2007(154)،وتناول قضايا المرأة أيضا مثل التحرش والإساءة إلى المرأة بكافة أشكال هذه الإساءات لها والإقلال من دورها في المجتمع.

وكان هناك دور بارز أيضا لهذه المنظمات في تناول قضايا معاملة السجناء حيث بلغت 419 قضية عام 2007 وظهرت هذه الفئة بنسبة (5%). وظهر اهتمام واضح بالأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة أيضاً حيث جاءت بنسبة (4.5%).

وظهرت فئة حماية البيئة وانتهاك البيئة والصرف الصحي والتلوث السمعي حيث بلغت نسبة (3.5%).

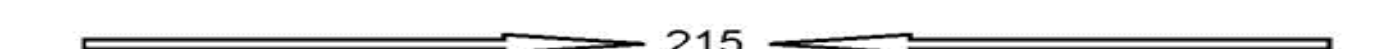
وأخيرا جاءت فئة أخرى تذكر بنسبة (2%) وأهم هذه القضايا التي ظهرتفي فئة أخرى تذكر شكاوى مصريين في الخارج واعتصامات ووفاة حيث بلغت 12 قضية(155)، وكذلك قضايا اختفاء أشخاص حيث بلغت 16 قضية عام 2007.

جدول (12) يوضح الوسائل الاتصالية والإعلامية

المستخدمة في تنفيذ الأنشطة

الوسائل الاتصالية والإعلامية المستخدمة في تنفيذ الأنشطة	ك	%
ندوات ومؤتمرات.	80	28.5
محاضرات.	20	7.5
حلقات نقاشية.	10	3.5
إقامة معارض.	-	-
إقامة حفلات خيرية.	-	-
مواسم ثقافية.	-	-
عقد مسابقات.	-	-
إصدار نشرات وكتيبات ومجلات وصحف غير دورية.	120	43
إصدار صحف دورية.	40	14.5
لجان تحكيم أعمال.	-	-

أخرى تذكر	8	3
ن = 200		



بعدد تكرارات قدره (120) تكرار وبنسبة (43%)، تلي ذلك ندوات ومؤتمرات بنسبة (28.5%)، وإصدار صحف دورية مثل جريدة الديمقراطية من أجل نشر الوعي الديمقراطي لجماعة تنمية الديمقراطية بنسبة (14.5%) وعقد محاضرات جاءت بنسبة (7.5%)، وجاءت إقامة معارض حقوقية بنسبة (3.5%) وأخيرا جاءت فئة أخرى تذكر بنسبة (3%). وتتمثل فئة أخرى تذكر في عمل منشورات ومطويات تشير إلى حماية حقوق الإنسان ضد التعذيب وضد الانتهاك بكافة أشكال هذه الانتهاكات.

سمح لأفراد عينة الدراسة باختيار أكثر من متغير

جدول (13)

يشير إلى وجود قوانين منظمة للعمل

وجود قوانين وقواعد منظمة للعمل	ك	%
- نعم توجد قوانين.	200	%100
- لا توجد قوانين.	-	-
الإجمالي	200	%100

إشارة صريحة (100%) من كافة أفراد الدراسة إلى أن العمل يتم وفقا للوائح والقوانين المنظمة لعمل المنظمات الحقوقية في مصر وأن هذه المنظمات كلها تراعي هذه القواعد والقوانين في أداء عملها ولا تخرج عن هذه الأسس المنظمة لمنظمات حقوق الإنسان ومنظمات المجتمع المدني داخل مصر.

جدول (14)

إلى الالتزام بالقوانين أثناء تنفيذ عمل المنظمات الحقوقية

مدى الالتزام بالقوانين	ك	%
يوجد التزام.	180	90
أحيانا ما يوجد التزام.	20	10
لا يوجد التزام	-	-
الإجمالي	200	%100

يتضح من الجدول أن هناك التزام كامل بالقوانين أثناء تنفيذ عمل المنظمات الحقوقية في مصر ويوضح ذلك إجابات المبحوثين حيث بلغت (90%)، فيما على الجانب الآخر أشارت نسبة (10%) إلى أنه أحيانا ما يوجد التزام بالقوانين وهناك بعض الأمور التي يتم الخروج عن القواعد والقوانين المألوفة أثناء تنفيذ الأنشطة الاتصالية.

جدول (15)

يشير إلى مصادر تمويل المنظمات الحقوقية

مصادر تمويل المنظمات الحقوقية	ك	%
مصادر ذاتية للمنظمة.	45	22.5
مصادر داخلية خاصة بالدولة.	75	37.5
مصادر تمويل خارجية خارج الدولة.	15	7.5
بعض الجهات المهتمة بحقوق الإنسان.	50	25
أخرى تذكر	15	7.5
الإجمالي	200	%100

تشير الأرقام وتوضح إلى أن المصادر الخاصة بالدولة هي الفئة الأولى بنسبة (37.5%) أي أن المصدر الهام في عمل هذه الفئات

هما مصادر الدولة التي تعمل

فيها هذه المنظمة بلغت فئة – مصادر بعض الجهات المهتمة بحقوق الإنسان بنسبة (25%)، وجاءت مصادر ذاتية للمنظمة بنسبة (22.5%)، وهناك بعض الجهات الأوربية المانحة والمنظمات الدولية القائمة على حقوق الإنسان. وتساوت مصادر تمويل خارجية أي دول داعمة مع فئة أخرى تذكر حيث بلغت (7.5%) لكلاهما.

ومما يدل على أن هذه المنظمات تتلقى تمويل أجنبي، أنه تم إنشاء لجنة لترخيص عمل المنظمات الدولية والبت في قبول المنح أو رفضها خلال 30 يوماً حيث بدأت الحكومة الإجراءات التنفيذية لإصدار قانون الجمعيات الأهلية الجديدة وذلك بعد مراجعة التمويل للجمعيات والمؤسسات(156).

جدول (16)

يوضح صدور المنظمات لمطبوعات

صدور المنظمات لمطبوعات	ك	%
نعــم	200	-
لا	-	-
الإجمالي	200	%100

أشارت كافة أفراد الدراسة بالمنظمات الحقوقية إلى أنهم يصدرون مطبوعات على اختلاف أشكالها وألوانها حيث تباينت هذه المطبوعات بين كتب وكتيبات ومجلات وصحف غير دورية حيث بلغت نسبة (100%) بالنسبة لصدور المنظمات لمطبوعات.

جدول (17)

يوضح نوعية المطبوعات التي تصدرها المنظمات الحقوقية

نوعية المطبوعات	ك	%
معلقات ولافتات.	20	10
مطويات.		
نشرات.	17	8.5
إعلانات.	70	35
كتيبات وكتب.	5	2.5
مجلة غير دورية.	60	30
صحيفة غير دورية.	12	6
صحيفة دورية.	10	5
أخرى تذكر.	6	3

الإجمالي	200	%100

جاءت فئة نشرات في المكانة الأولى بين نوعية المطبوعات بنسبة (35%)، ثم تلي ذلك الكتب والكتيبات بنسبة (30%)، وذلك لأن هاتين الفئتين لا يحتاجون جهد كبير من أجل إصدارهما ومن الملاحظ أن أغلب مطبوعات هذه تأخذ شكل كتب وكتيبات ونشرات.

وجاءت اللافتات والمعلقات والمجلات الغير دورية بعد ذلك ثم جاءت الصحف الغير دورية وتصدر هذه الصحف في أحداث هامة تقع في المجتمع.

وأخيرا جاءت فئة أخرى تذكر بنسبة (3%) وتمثلت في بعض الإصدارات الأقرب إلى إرشادات وتوجيهات وتعريفات بأنشطة هذه المنظمات وظهرتفي النهاية الإعلانات التي يمكن أن تقوم بها المنظمات للإعلان عن حدث معينأو شيء حدث وشاركت فيه هذه المنظمات.

جدول (18) يوضح دورية صدور المطبوعات التي تصدرها المنظمات الحقوقية

دورية المطبوعات	ك	%
يومية.	-	-
أسبوعية.	-	-
نصف شهرية.	20	10
شهرية.	20	10
كل ثلاثة أشهر	40	20
نصف سنوية.	40	20
سنوية.	60	30
أخرى تذكر.	20	10
الإجمالي	200	%100

تشير البيانات إلى اختفاء فئة يومية والأسبوعية من فئات دوريات هذه المطبوعات. وجاءت فئة سنوية بنسبة (30%) حيث أن كل منظمة تصدر تقرير سنوي لما أنجزته من أنشطة ويعتبر حصاد للمنظمة خلال عام كامل.

ثم جاءت فئة نصف سنوية وكل ثلاثة أشهر بنسبة (20%) لكل منهما حيث أن هناك بعض المنظمات تصدر تقارير ومجلات وصحف كل ثلاثة أشهر وكل ستة أشهر. وأخيرا جاءت فئة نصف شهرية وشهرية وجاءت أخرى تذكر كآخر الفئات حيث أن المنظمات قد تصدر تقارير في حالة حدوث حدث هام متعلق بحقوق الإنسان.

جدول (19)

يوضح وجود جهاز تحريري

وجود جهاز تحريري	ك	%
نعــم	200	%100
لا	-	-
الإجمالي	200	%100

أشار جميع أفراد عينة الدراسة أن القائمين على تحرير هذه الصحف والمجلات هم من العاملين بالمنظمات ومتخصصين في عملية التحرير الصحفي وإخراج هذه المطبوعات. إذن هناك أجهزة تحريرية متخصصة في هذه المطبوعة.

جدول (20)

يوضح القائمين على تحرير المطبوعات

هل القائمين على التحرير متخصصين؟	ك	%
نعــم	200	%100
لا	-	-
الإجمالي	200	%100

تشير البيانات بالجدول أن هذه المنظمات لها جهاز تحريري متخصص في كتابة المواد الإعلامية والمطبوعات التي تصدرها وهم المحررين الذين يكتبون كل الموضوعات المتعلقة بمطبوعات المنظمات الحقوقية وتأتي هذه الموضوعات وتنشر في شكل كتيبات وكذلك تقارير سنوية ونشرات غير دورية.

جدول (21)

يوضح كيفية إخراج هذه المطبوعات

كيفية إخراج هذه المطبوعات	ك	%
الاستعانة بمتخصصين صحفيين.	145	72.5
يتم إخراجها من جانب صحفي المنظمة.	20	10
الاثنين معاً	35	17.5
الإجمالي	200	%100

إشارات صريحة من جانب أفراد الدراسة بأن الاستعانة بمتخصصين في الإخراج الصحفي لإخراج هذه الصحف الخاصة بالمنظمات الحقوقية حيث بلغت (72.5%) هي أعلى فئة بين الفئات وكذلك فئة الاثنين معا بلغت (17.5%) وهي أعلى فئة بين الفئات وكذلك فئة الاثنين معا بلغت (17.5%) أي يتم الاستعانة بمخرجين صحفيين من الخارج وكذلك من الصحفيين بهذه المنظمات أيضا وأخيرا جاءت فئة يتم إخراجها من جانب صحفيين بالمنظمة أقل فئة بين الفئات.

جدول (22)

يوضح وصول المطبوعات إل الجماهير

وصول المطبوعات إل الجماهير	ك	%
نعم تصل إلى الجماهير.	70	35
أحيانا ما تصل.	80	40
لا تصل إلى الجماهير.	50	25
الإجمالي	200	%100

يتضح من الجدول أن هناك تفاوت في الآراء حول وصول مطبوعات هذه المنظمات إلى الجماهير حيث أشارت نسبة (40%) أنها أحيانا ما تصل إلى الجماهير ثم جاءت نعم تصل إلى الجمهور بنسبة (35%)، وهذه إشارة إلى أن هناك متخصصين ومهتمين بأنشطة هذه المنظمات تصل إليهم المطبوعات وذلك باستخدام البريد أو توزيع هذه المطبوعات أثناء عقد المؤتمرات والندوات المتعلقة بالأنشطة الحقوقية وأخيرا جاءت فئة لا تصل إلى الجمهور بنسبة (25%)

لأن مطبوعات هذه المنظمات لا تباع بالأسواق مثل باقي الصحف الحكومية والحزبية والمستقلة.

وجاءت إجابات المبحوثين على التساؤل الخاص بعدم تداول المطبوعات المتعلقة بحقوق الإنسان بين الجمهور العادي كالآتي:

عدم وجود مثل هذه المطبوعات لدى بائعي الصحف.

أن جمهور الدراسة ليس لديهم القدرة للدخول على شبكة الإنترنت.

قلة الإمكانيات لدى بعض المنظمات وعدم قدرتها على إصدار صحف أو مطبوعات وعرضها للبيع على الجمهور.

قلة إصدار المطبوعات وقلة أعدادها أيضاً.

أن قضية حقوق الإنسان من القضايا الحديثة على المواطن المصري.

عدم اقتناع بعض الأفراد في المجتمع المصري بمنظمات حقوق الإنسان من الأساس.

عدم اهتمام المواطنين بحقوق الإنسان نظرا لصعوبة المعيشة وعدم اهتمامهم إلا بشئونهم الخاصة مما جعلهم يعزفون عن قضايا حقوق الإنسان.

لا توجد إمكانية تحريرية وإخراجية لدى المنظمات لكي تنشأ صحف متعلقة بحقوق الإنسان ونظرا للتكلفة الباهظة التي سوف تتكلفها المنظمة إذا أصدرت صحيفة.

غياب الوعي الثقافي والمعرفي لدى الجمهور المعني برسالة هذه المنظمات وعدم الاهتمام بهذه القضية نظراً لسياسات معينة.

أن المستوى والاجتماعي والاقتصادي للأفراد لا يؤهلهم لقراءة صحف متعلقة بقضايا حقوق الإنسان.

عدم وجود متخصصين في مجال الإعلام الحقوقي بالمنظمات الخاصة بحقوق الإنسان إلا قليل جداً.

اعتماد المنظمات على مندوبي الصحف الرسمية الحكومية والحزبية والخاصة في تغطية أخبارها والاكتفاء بذلك.

جدول (23) يوضح أهم الوسائل الاتصالية

التي تستخدمها المنظمات الحقوقية في الإعلان عن أنشطتها

أهم الوسائل الاتصالية	ك	%
تصميم مطويات ومطبوعات.	40	20
طبع كتب وكتيبات.	85	42.5
الإعلان في الصحف.	4	2
الإعلان في وسائل الإعلام (صحف - إذاعة - تليفزيون).	6	3
استخدام شبكة الإنترنت.	65	32.5
عمل لافتات معلقة وإعلانات ثابتة.	-	-
أخرى تذكر.	-	-
الإجمالي	200	%100

تشير الأرقام إلى أن طبع كتب وعمل كتيبات هي الوسيلة الأولى التي تعتمد عليها هذه المنظمات في الإعلان عن أنشطتها وذلك من خلال تناول قضية أو عدة قضايا في كتيب أو كتاب وكذلك عمل تقرير سنوي في شكل كتاب يتضمن كافة الأنشطة التي نفذتها هذه المنظمات وكذلك الشكاوى التي ترد إليها وأنواعها وأهم القضايا التي سعتا هذه المنظمات إلى حلها.

ثم جاءت فئة استخدام شبكة الإنترنت بنسبة (5ر32%) وذلك يوضح اعتماد مثل هذه المنظمات على شبكة المعلومات الدولية الإنترنت لتعريف كل الجماهير بأهم أنشطة هذه المنظمة وذلك من أجل تواصل الأفراد مع مثل هذه المنظمة من خلال شبكة الإنترنت.

ثم جاءت فئة تصميم مطويات ومطبوعات في المرتبة الثالثة حيث لديهم هذه المنظمات عمل مطبوعات ومطويات لسهولة توزيعها.

ثم جاءت فئة الإعلان في وسائل الإعلام الجماهيرية في المرتبة قبل الأخيرة نظرا لأن هذه المنظمات لا تعلن إلا نادرا ولكن يتم استضافة أفراد هذه المنظمات الحقوقية في البرامج التليفزيونية والإذاعية والصحف لطرح وجهات نظرهم حول قضية متعلقة بحقوق الإنسان. وأخيرا جاءت فئة الإعلان في الصحف بأقل نسبة (2%)، لم تظهر فئة أخرى تذكر.

جدول (24) يوضح أهم وسائل الإعلام

التي يتم التعامل معها من أجل إبراز أنشطة المنظمات

أهم وسائل الإعلام	ك	%
الصحف.	70	35
الإذاعة.	26	13
التليفزيون.	24	12
شبكة الإنترنت.	74	37
وكالات الأنباء.	4	2
أخرى تذكر	2	1
الإجمالي	200	%100

احتلت فئة شبكة الإنترنت المرتبة الأولى بنسبة (37%) نظراً لوجود مواقع لهذه المنظمات على شبكة الإنترنت ويتم نشر كل ما يتعلق بأنشطة هذه المنظمات على شبكة الإنترنت، وجاءت الصحف بنسبة (35%) وذلك لوجود تعاون بين المنظمات والصحف في تغطية أنشطة هذه المنظمات وتعيين مراسلين ومندوبين بالصحف لتغطية أهم أنشطة المنظمات في مجال حقوق الإنسان وهناك مراسلين بالمجلس القومي لحقوق الإنسان للصحف مثل عماد حجاب صحفي بالأهرام وهو من المهتمين بتغطية أنشطة المنظمة المصرية والمجلس المصري لحقوق الإنسان.

وتكاد تتساوى الإذاعة مع التليفزيون من حيث وجود علاقة تعاون مشترك بين الإذاعة والتليفزيون وهذه المنظمات من أجل إبراز أنشطتها للجماهير وكذلك استضافة مسئولي حقوق الإنسان بهذه المنظمات في الإذاعة والتليفزيون مثل استضافة التليفزيون لكل من نهاد أبو القمصان وحافظ أبو سعدة ونجاد البرعي وهم من المهتمين بقضايا حقوق الإنسان وناشطين في هذا المجال.

وأخيرا جاءت فئة وكالات الأنباء وأخرى تذكر في نهاية الترتيب من حيث التعاون لأن التعاون مع وكالات الأنباء يكون محدود للغاية إلا عندما تريد إحدى الوكالات الاستفسار عن شيء متعلق بحقوق الإنسان وأخرى تذكر مثل بعض الأجهزة الحكومية المهتمة بالإنسان مثل منظمات المجتمع المدني.

جدول (25) يوضح إلى أي مدى

تستخدم المنظمة الأجهزة التكنولوجية الحديثة

مدى استخدام أجهزة تكنولوجية حديثة	ك	%
- تستخدمها بشكل كبير.	160	80
- تستخدمها بشكل محدود.	40	20
- لا تستخدمها.	-	-
الإجمالي	200	%100

أجاب أفراد الدراسة والنسبة الغالبة منهم أن الأجهزة التكنولوجية تستخدم بشكل كبير حث بلغت (80%) وهذه الأجهزة تتمثل في الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت واستخدام التليفون والفاكس وما هو متاح من أجهزة.ثم جاءت تستخدمها بشكل محدود بنسبة (20%) أي أن هذه المنظمات تستخدم هذه الأجهزة كما أتيحت لها الفرصة أو تستخدم ما هو موجود بالفعل واختفت فئة لا تستخدمها ولم تظهر بأي تكرار أو نسبة.

جدول (26) يوضح حرص الجمهور

للحصول على هذه المطبوعات التي تصدرها منظمات حقوق الإنسان

حرص الجمهور للحصول على المطبوعات	ك	%
إلى حد كبير.	47	23.5
إلى حد ما يحرص.	103	51.5
لا يحرص	50	25
الإجمالي	200	%100

توضح البيانات بالجدول أن فئة إلى حد ما يحرص من وجهة نظر القائمين بالاتصال والعاملين بهذه المنظمات أن الجمهور يحرص إلى حد ما للحصول على مطبوعاتهم، وبلغت نسبة إلى حد ما (51.5%)، أما لا يحرص فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة قدرها (25%)، أي أنه لا يهتم للحصول على مطبوعات هذه المنظمات، أما فئة إلى حد كبير بلغت (23.5%) وهؤلاء من المهتمين بمجال وقضايا حقوق الإنسان أو الباحثين في هذا المجال.

جدول (27) هل هذه المطبوعات

صادقة في تناولها الإعلامي للقضايا والموضوعات

مدى صدق المطبوعات	ك	%
نعم صادقة.	180	90
أحيانا ما تكون صادقة.	20	10
غير صادقة.	-	-
الإجمالي	200	%100

في هذا الجدول اختفت فئة غير صادقة وظهرت فئة صادقة بأعلى تكرار قدره (180) وبنسبة (90%) وذلك لأن القضايا التي تناولتها هذه المنظمات يتم الإعلان عنها في شكل تقرير يتضمنه الكتاب السنوي لهذه المنظمة، وكذلك حصر عدد الشكاوى على اختلاف المضامين التي تحتويها هـــذه الشكـــاوى وإبرازها بالأرقام في التقرير السنوي لكل منظمة.

وجاءت فئة أحياناً ما تكون صادقة بنسبة (10%) وذلك لا يرجع إلى المنظمة ولكن يرجع إلى مبلغ الشكوى من الأفراد العاديين أو الجهة التي ترسل بشكواها للمنظمة.

جدول (28) يوضح أنواع الشكاوى

والمشكلات أو القضايا المرسلة للمنظمات الحقوقية

أنواع الشكاوى والمشكلات والقضايا	ك	%
مشكلات متعلقة بالتعذيب.	80	29.5
مشكلات متعلقة بالتمييز الطائفي.	17	6
مشكلات عنف ضد جماعة أو طائفة.	35	12.5
مشكلات متعلقة بالمرأة.	40	15
مشكلات متعلقة بالأطفال والانتهاكات ضدهم.	15	5
مشكلات تعذيب متعلقة بمعتقلين.	10	4
قضايا القبض على أصحاب الرأي حرية التعبير.	60	23
قضايا متعلقة بالتعدي على مؤسسات المجتمع.	6	2
أخرى تذكر	8	3
ن = 200		

ينصب اهتمام المنظمات الحقوقية على قضايا التعذيب حيث جاءت بنسبة (29.5%) وهي الأعلى بين الفئات سواء تعذيب مواطنين عاديين أو تعذيب داخل السجون والمعتقلات(*).

وكذلك قضايا الرأي وحرية التعبير أيضاً حيث جاءت بنسبة (23%) وهي نسبة مرتفعة بين الفئات الأخرى، ودور هذه المنظمات السماح بالتعبير لكافة الآراء المعارضة وعدم تكميم الأفواه(**).

وظهر اهتمام هذه المنظمات بقضايا ومشكلات المرأة على كافة أشكالها والممارسات ضد المرأة وبلغت نسبة (15%). ومن أمثلة القضايا المتعلقة بالمرأة التحرش الجنسي والزواج المبكر للفتيات، يوضح ذلك "تنظم جمعية نهوض وتنمية المرأة مائدة مستديرة لعرض أهم نتائج المرصد الإعلامي الأخير والثالث بعد ثورة 25 يناير، ومن أهم القضايا التي تناولها المرصد التحرش الجنسي والتعدي المنتظم على السيدات والفتيات لإقصائهن من الحياة الاجتماعية والسياسية وزواج القاصرات(157).

ومشكلات عنف ضد جماعة أو طائفة بنسبة (12.5%)(***).

وظهرت قضايا أخرى تتهم بها هذه المنظمات مثل التمييز الطائفي ومشكلات انتهاك حقوق الأطفال وعمالة الأطفال ومشكلات متعلقة بالسجون والمعتقلين والتعدي على مؤسسة وأراضي المجتمع والتلوث البيئي بها وظهرت أيضا فئة أخرى تذكر حيث أن هناك قضايا مثل الحاجة إلى علاج وتأمين صحي كحق من حقوق الإنسان وكل ما من شأنه أن يحافظ على صحة الإنسان.

قام أفراد الدراسة الميدانية باختيار كثر من مشكلة وقضية تقوم منظمته بتناولها :

ومن أمثلة الجرائم التي ارتكبت ضد الأطفال ما أوضحته جريدة الأهرام وهي الاستقلال السياسي للأطفال جريمة في حق الإنسانية حيث حذر علماء الدين من تفشي ظاهرة الاستغلال السياسي للأطفال مؤكدين أن استخدامهم في المظاهرات والاعتصامات وإلباسهم الأكفان والدفع بهم ليكونوا شهداء يعد خروجاً عن القانون والشرع ويتنافى مع حقوق الإنسان ويضع أجيال عنيفة تهدد أمن واستقرار المجتمع(158).

جدول (29)

يوضح إدراك الجمهور لأهمية دور هذه المنظمات

مدى إدراك الجمهور	ك	%
مــدرك.	155	77.5
إلى حد ما مدرك.	25	12.5
غير مدرك	20	10
الإجمالي	200	%100

إشارات صريحة من أفراد الدراسة بأن الجمهور المثقف مدرك لأهمية منظمات حقوق الإنسان في المجتمع المصري ودورها تجاه مختلف القضايا والموضوعات حيث بلغت فئة مدرك (155) تكرارا وبنسبة (77.5%).

إلى حد ما مدرك بلغت (12.5%) وهم الأفراد الذين أحيانا ما يعرفون أن هناك منظمات لحقوق الإنسان أثناء الحوارات أو أجهزة الإعلام، وجاءت غير مدرك بأقل نسبة قدرها (10%).

جدول (30)

يوضح مدى قيام المنظمة بحل المشكلات

قيام المنظمة بحل المشكلات	ك	%
نعــم	160	80
إلى حـد ما	25	12.5
لا	15	7.5
الإجمالي	200	%100

المنظمات الحقوقية تحل المشكلات التي ترد إليها وظهر ذلك في إجابات المبحوثين حيث أشارت نسبة قدرها (80%) أن المنظمة والمنظمات الحقوقية جميعها تسعى جاهدة لحل المشكلات والقضايا والشكاوى التي تصل إليها وحازت فئة إلى حد ما بنسبة (12.5%) أي إذا استطاعت المنظمة حل المشكلة عملت على حلها وأخيرا جاءت لا بنسبة (7.5%) أنها لا تحل مشكلات.

يتضح من ذلك أن المنظمات الحقوقية لها دور في حل مشكلات الانتهاك لحقوق الإنسان أو الانتقاص منها أو التعذيب ويتضح ذلك في التنديد بحالات التعذيب التي تحدث في أقسام الشرطة وفي السجون والمعتقلات وفي أي مكان قد يقع فيه انتهاك لحقوق الإنسان أو تعذيب ومن أمثلة ذلك أحداث الاتحادية.

أما بالنسبة للدور الذي قامت به منظمات حقوق الإنسان للحد من الانتهاكات ضد حقوق الإنسان فكانت كالآتي:

ورود شكاوى خاصة بمشكلات المرأة والتي تعاني من انتهاكات لحقوقها من جانب الزوج وإجبار المرأة على العمل وذلك لإدمان الزوج للمخدرات وتشويه سمعة الزوجة.

محاربة التحرش الجنسي ضد الفتيات والمرأة والتي انتشر في المجتمع المصري بصورة كبيرة.

مواجهة تزوير الانتخابات في بعض الدوائر الانتخابية والإعلان في الصحف الرسمية عن هذه التجاوزات وتزوير العملية الانتخابية.

مواجهة عدم السماح للأقليات المسيحية للإدلاء بأصواتهم في الانتخابات البرلمانية الأخيرة.

تشكيل الوعي السياسي للمرأة وللفتيات في المجتمع وتعريفهم بحقوقهم.

الإفصاح عن حالات تعذيب تعرض لها بعض المساجين في أحد السجون والتحقق من ذلك عن طريق لجنة تقصي حقائق حول هذه الواقعة.

السماح بالتعبير عن الرأي من جانب بعض وسائل الإعلام تحت عنوان "أصوات أخرى" وعدم تسلط جهة معينة على هؤلاء لتكميم الأصوات الخاصة بهم.

حق الإنسان في بيئة صحية تحت عنوان الحق الصحي للمواطن وإبراز ذلك من أجل إيجاد وعي صحي للمواطنين والقضاء على التلوث السمعي.

التنديد بما حدث ضد الأفراد الشيعة في مصر وتعرضهم للموت من جانب بعض الأفراد الغير مسئولين.

مواجهة قضايا تعذيب الأطفال الذين تعرضوا للتعذيب على أيدي بعض الأفراد وإبراز هذه القضية للمسئولين.

عدم استغلال الأطفال في التظاهرات وإبراز ذلك أيضاً والتعبير عن هذه القضية في كافة وسائل الإعلام الدولية كمنظمة حقوقية تقوم أيضاً على شئون الطفل.

تناول قضايا أطفال الشوارع ومحاولة إنشاء دور رعاية لهؤلاء الأطفال لأنهم يمثلون قنابل موقوتة في الشارع المصري.

مساعدة أسر بعض المساجين وإمدادهم بما يحتاجونه من مساعدات عينية ومادية ومعنوية ومساعدة أولادهم في مراحل التعليم المختلفة.

التنديد بحالات التعذيب التي وقعت في مصر مؤخراً والإعلان عنها في وسائلنا والصحف والتليفزيون والإذاعة وكافة وسائل الإعلام لإبراز دور منظمات حقوق الإنسان في رفض التعذيب للمخالفين في الرأي.

أما عن المشكلات الاتصالية التي تواجهها المنظمات والعاملين بها أثناء تأدية عملهم فكانت كما ذكر وهي:-

شبكة الإنترنت لعدم وجود اتصال مباشر بالشبكة في العمل.

قلة الإمكانيات المادية والموارد المتاحة لهذه المنظمات.

لا يوجد متخصصين في مجال حقوق الإنسان على دراية بالتدريب في مجال حقوق الإنسان لتوصيل الرسائل الإعلامية للقائمين بالاتصال في هذه المنظمات.

وجود هيمنة من جانب المسئولين بمجالس الإدارات وعدم إشراك الآخرين في التخطيط لأنشطة المنظمة.

عدم وجود وسائل اتصالية حديثة تمكننا من الاتصال بالآخرين والاتصال بوسائل الإعلام الأخرى.

إصدار المنظمات لبعض الكتب والكتيبات والمجلات والصحف الغير دورية مما يؤثر على أداء المنظمات الاتصالي.

ضعف الوعي بالعمل الاتصالي وأهميته وعدم وجود دعاية كافية للنشاط الاتصالي.

ضعف الوعي العام لدى الجمهور بأهمية العمل التطوعي مما يجعلهم يعزفون عن المشاركة في المؤتمرات والندوات التي يتم تنظيمها من جانب المنظمات الحقوقية.

أما عن المقترحات التي ذكر أفراد عينة الدراسة لتفادي هذه المشكلات الاتصالية فجاءت كالآتي:

ضرورة تدريب القائمين بالاتصال في هذه المنظمات على أعلى قدر من التدريب لتنمية مهاراتهم الاتصالية.

الاهتمام بنشر دعاية عن حقوق الإنسان وتعريف المواطنين بهذه الحقوق حتى يتمكنوا من المشاركة الإيجابية مع منظمات حقوق الإنسان.

توفير الدعم المالي لهذه المنظمات للقيام بواجباتها على أكمل وجه دون تقصير من أي فرد داخل هذه المنظمات.

ضرورة إصدار نشرات دورية وصحف دورية وتوفير مساحات زمنية للمنظمات الحقوقية بوسائل الإعلام الجماهيرية للتعريف بها ونشر أفكارها وتوضح أن المواطن هو الهدف الأساسي لهذه المنظمات.

تخصيص إدارة للإعلام ي كل منظمة تكون مسئولة عن إعداد النشرات وتنظم اللقاءات وتوضح القضايا التي تتناولها المنظمات عبر وسائل الإعلام المختلفة.

تدعيم مشاركة منظمات حقوق الإنسان مع وسائل الإعلام الأخرى وإيجاد علاقة جيدة معهم.

تدريب بعض الأفراد داخل المجتمع المحلي على العمل الأهلي والتطوعي ونشر هذا الفكر داخل المجتمعات المحلية لنشر فكر منظمات حقوق الإنسان.

الاهتمام بالاتصال الشخصي حيث أنه المسئول الأول عن التأثير في الأفراد وكذلك توفير عدد من قادة الرأي داخل المجتمع لإنجاح الاتصال الشخصي للمنظمات بالجمهور.

إنتاج برامج إذاعية وتليفزيونية خاصة بحقوق الإنسان.

إنشاء لجان مشتركة بين وسائل الإعلام ومنظمات حقوق الإنسان.

التدريب على أحدث الأجهزة الاتصالية والتكنولوجية من جانب المسئولين بهذه المنظمات والتدريب يتم على أيدي متخصصين من كليات الإعلام والخبراء في مجال الإعلام.

وضع إستراتيجية محددة لعمل المنظمات الحقوقية في مصر محددة للنشاط الإعلامي التي سوف تنفذه وتستخدمه هذه المنظمات في أداء عملها.

بالنسبة للمقترحات التي ذكرها أفراد الدراسة لتدعيم فاعلية الأنشطة الاتصالية للمنظمات الحقوقية فكانت:

إنشاء مرصد إعلامي لهذه المنظمات لرصد الممارسات والانتهاكات التي تمارس وتوثيقها.

الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي والقيم المهنية في مجال حقوق الإنسان وقضاياه ونقل كل هذه القضايا دون تزييف.

إعداد دورات تدريبية بالتعاون مع كلية الإعلام واتحاد الإذاعة والتليفزيون لنشر الوعي الحقوقي للإنسان والتعريف بقضاياه.

إنشاء أقسام إعلامية بكل منظمة مسئولة عن إعداد التقارير والمتابعة الإعلامية، وإعداد خطط الأنشطة الاتصالية.

الاطلاع على آراء الجمهور ومعرفة آرائهم تجاه منظمات حقوق الإنسان ودورها في المجتمع وذلك عن طريق إنشاء وحدات لقياس الرأي العام بهذه المنظمات.

ضرورة إشراك منظمات حقوق الإنسان في الدستور والنص عليها كشريك مجتمعي لمراقبة بعض الجهات التنفيذية داخل المجتمع.

ضرورة وضع الحكومة خطة للتعاون بين أجهزة الإعلام ومنظمات حقوق الإنسان في مصر.

مراعاة التحول الديمقراطي في مصر ودور المنظمات الحقوقية بعد هذا التحول حيث أثبتت ثورة 25 يناير وتدعيمها بـ 30 يونيو أن لهذه المنظمات دور بالغ الأهمية لابد من الاهتمام به.

ضرورة تبادل الآراء والأفكار بين الإعلاميين ومسئولي منظمات حقوق الإنسان للوقوف على كيفية تطوير الأداء الاتصالي.

ضرورة وجود قاعدة بيانات عن وسائل ومنظمات حقوق الإنسان لتفعيل دور هذه المنظمات الاتصالي في خدمة الأفراد داخل المجتمع المحلي.

ضرورة تعاون منظمات حقوق الإنسان المصرية مع منظمات حقوق الإنسان في دول العالم العربي وإيجاد علاقة قائمة على تبادل الآراء ووجهات النظر.

أولاً: نتائج الدراسة:

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إن منظمات حقوق الإنسان في مصر لها دور مؤثر خلال معالجتها وتناولها الإعلامي لبعض القضايا وإبرازها لكافة أفراد الشعب وتعريف المواطنين بها وهذا يتماشى مع الفرض الأول.

تناولت منظمات حقوق الإنسان في مصر العديد من القضايا أهمها محاربة استخدام العنف ضد المواطنين وحماية البيئة نشر ثقافة الديمقراطية ومحاربة انتهاك حقوق الإنسان.

كانت فئة إصدار نشرات وكتيبات ومجلات الفئة الأولى المستخدمة ضمن الوسائل الاتصالية وجاءت الندوات والمؤتمرات في المرتبة الثانية بنسبة (28.5%).

وجود قوانين وقواعد تعمل من خلالها المنظمات الحقوقية وتراعي القواعد الاجتماعية والقيم المجتمعية وهذا يثبت صحة الفرض الرابع.

عدم وجود صحف دورية خاصة بالمنظمات الحقوقية.

لا تصل مطبوعات المنظمات الحقوقية إلا لجمهور قليل جداً من الباحثين والمهتمين بمجال حقوق الإنسان.

عدم وجود وعي ثقافي بأهمية المنظمات الحقوقية بين الأفراد داخل المجتمع المرئي.

قضايا التعذيب من أهم القضايا التي اهتمت بها المنظمات الحقوقية.

وجود تعاون بين المنظمات الحقوقية ووسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني مما يثبت صحة الفرض الثالث.

ثانياً: توصيات الدراسة:

الاهتمام بالعملية التدريبية للقائمين على شئون هذه المنظمات وإمدادهم بأحدث المعلومات المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال.

إصدار صحيفة دورية لكل منظمة للوقوف على أهم أنشطة هذه المنظمات.

إيجاد تعاون بين منظمات حقوق الإنسان وكافة المنظمات داخل المجتمع.

إنشاء مرصد إعلامي لمنظمات حقوق الإنسان في مصر.

إيجاد خطة للتعاون مع هذه المنظمات من جانب الحكومة.

تعاون منظمات حقوق الإنسان في مصر مع منظمات حقوق الإنسان في العالم العربي والأوربي.

مراعاة خصوصية عمل هذه المنظمات في مجال الحقوق الإنسانية وضرورة العمل على تدعيمها.

الاهتمام بالعاملين بهذه المنظمات وتوفير كافة البيانات لهم من باقي الجهات الحكومية لتسهيل عملهم.

توفير الدعم المالي والمادي والمعنوي لهذه المنظمات لمواكبة تطورات العصر اتصاليا ولممارسة عملياتها الاتصالية.

المراجع

حسن عماد مكاوي – ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص15.

علي عجوة: الإعلام وقضايا النخبة، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 2008، ص3.

فؤاده البكري: دور الاتصال المباشر في تنمية الوعي الاجتماعي، دراسة ميدانية للنشاط الاتصالي للجمعيات الثقافية والعلمية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلام، 1999، ص9.

محمد مصباح عيسى: حقوق الإنسان في العالم المعاصر، طرابلس، دار الرواد، 2001، ص297.

فكتور بله: مصطلح حقوق الإنسان، ورقة بحثية مقدمة في ملتقى المنظمات العربية لحقوق الإنسان، القاهرة، 2001، ص6.

المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1985، ص35.

محمد بسيوني: مستويات التعامل مع حقوق الإنسان في المجتمع المصري، ورقة بحثية، المؤتمر الفكري الرابع للمنظمة المصرية لحقوق الإنسان، القاهرة، 1996.

التقرير السنوي للمنظمة العربية لحقوق الإنسان، الصادر في مايو 2004 نقلا عن مجلة الدراسات الإعلامية وأوضاع حقوق الإنسان في الوطن العربي العدد 116 – 117 يوليو ديسمبر 2004، ص 277.

هويدا مصطفى: الإعلام ونشر ثقافة حقوق الإنسان في الدراما التليفزيونية، بحث مقدم إلى الدورة التدريبية لمعدي البرامج، الإذاعة والتليفزيون في أكتوبر 2002، ط3، القاهرة، مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2005، ص ص 416 – 417.

شهنده الباز: المنظمات الأهلية العربية على مشارف القرن الحادي والعشرين، محددات الواقع وآفاق المستقبل، لجنة المتابعة، لمؤتمر المنظمات العربية الأهلية، القاهرة، 1997، ص33.

قدري علي عبد المجيد: تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان مع معارف واتجاهات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه- غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2007 ص141.

عصام الدين حسن: الأداء الإعلامي لمنظمات حقوق الإنسان، الضوابط والمعوقات 2007/2/9.

ttp//www.amarjardan.org//aman.studies/wmview.php.Art p.1240.

نهاد أبو القمصان: دور المجتمع المدني في التوعية بحقوق الإنسان، بحث مقدم إلى الدورة التدريبية لمعدي برامج الإذاعة والتليفزيون في أكتوبر 2002،

ط3، القاهرة، مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2002، ص295.

منى علي محمد عبد الرحمن: الأنشطة الاتصالية في مؤسسات المجتمع المدني، دراسة تطبيقية مقارنة على عينة من الجمعيات الأهلية بمحافظتي القاهرة والشرقية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2007، ص2.

وزارة الإعلام، حقوق الإنسان ومصر، القاهرة، مطابع الهيئة العامة للاستعلامات، 2005، ص41.

محمد نعمان جلال: مصر العروبة والإسلام وحقوق الإنسان، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1999، ص 60 – 61.

محمد نعمان جلال: الثورة وحقوق الإنسان، جريدة الأهرام، 2011/5/25، السنة 135، العدد 45460، ص10.

مصطفى الغمراني: حقوق الإنسان في التعليم الجامعي، جريدة الأهرام، 2011/5/14، السنة 135، العدد 45449، ص10.

محمد نعمان جلال، مصر العروبة والإسلام وحقوق الإنسان، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1999، ص61 – 62.

إياد عبد الكريم: دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية – قسم الدراسات الإعلامية، 2010.

علي حسين حسن العمار: الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2008.

محمد إبراهيم بسيوني: الخطاب الصحفي المصري لقضايا حقوق الإنسان، دراسة تحليلية مقارنة لصحف الأهرام، الوفد، الأهالي، الأسبوع، في الفترة من 1998، 2001، رسالة ماجستير، غفير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2002.

هيثم محمد يوسف، فعاليات بناء الاتصال في المناطق العشوائية، دراسة تطبيقية مقارنة على منطقتي حي البلابسة بالإسماعيلية وزنين ببولاق الدكرور بالجيزة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، قسم الإعلام، 2009.

قدري علي عبد المجيد: تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2007.

Ekaterina Drozdoua, Seymour Goodman. "Impact of the Internet on Human Rights, Center for International Security and Cooperation (CISAC) 1999, Available at: http//www.stanford. edu/group/ 5jir/1. 202 drordoua-goodman htm.

Dobos Jean, Cratification Models of satisfaction and choice of compunication channels in organization public Relation Quarterly, Vol.19, No.1 February 1992, pp.29.35.

Firoze Manji "Using Acts to Enhance the Capacity of human Rights Organization in Southern Africa, Canada's International Development Research Center "IDRC" 1998.

هالة السيد إسماعيل الهلالي: دور المنظمات الدولية غير الحكومية في حماية حقوق الإنسان، دراسة لحالة اللجنة الدولية للصليب الأحمر ومنظمة العفو الدولية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2007.

إيمان محمد حسن عويس: تقييم أداء جمعيات الدفاع عن حقوق الإنسان في مصر 1983 حتى 2003، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2005.

نهاد محمد كمال: دور تنظيمات المجتمع المدني في دعم وتماسك المجتمع المصري، دراسة ميدانية وتحليلية في الفترة من 1970 حتى 1995، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الاجتماع، 2000.

عبد الله محمد علي المليح: مبادئ حقوق الإنسان وفق الفهم الإسلامي والأمريكي، دراسة موازية، مجلة الفكر الشرطي مركز بحوث شرطة الشارقة، الإمارات، المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول رقم 80، يناير 2012 ص 229 – 231.

محمد حنفي محمود محمد: الحماية القضائية لحقوق الإنسان في الدول العربية، مجلة الفكر الشرطي، مركز بحوث شرطة الشارقة، الإمارات، المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول، العدد رقم 80، يناير 2012 ص127.

Michael Perkins. "Freedom of the Press in Latin America Reconciling Societal and Individual Rights in International law, Gazette Vol.64, No.1, 2002.

Sara Michael, "The Role of NGos in Human Security" Harvard University, 2002.

S. kole. "Turning into Atool for Civil Society Development, Democracy and Women's Empowerment, Conference of High hway Africa Grahams toun, South Africa, 1999

محمد المختار المهدي: حقوق الإنسان في شريعة الإسلام، مجلة الأزهر، شوال 1433هـ/ سبتمبر 2012، السنة 85، ص2162.

سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 1999، ص131.

محمد عبد الحميد:البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،القاهرة، 2000، ص3.

راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد: إدارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004 ص 123.

مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، ط3، القاهرة، دار المعارف، 1982، ص71.

أسما حسين حافظ: مناهج وأساليب البحث العلمي في الدراسات الإعلامية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص 147.

محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص2.

سمير محمد حسين: الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة، عالم الكتب 1997، ص131.

حسن عماد مكاوى /ليلى حسين السيد :الاتصال ونظرياته المعاصر ،القاهرة الدار المصرية اللبنانية ،1998،ص ص124,125

محمد عبد الحميد :نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ،القاهرة ،عالم الكتب ، 2000،ص211

إبراهيم إمام:العلاقات العامة والمجتمع ،القاهرة ،مكتبة الانجلوا المصرية،1981 ،ص264

جريدة الأهرام 2013/6/26، العدد 46223 لسنة 137 ص20.

جريدة الأهرام، 2013/6/3، العدد 46200 لسنة 137 ص1.

المرجع السابق.

جريدة الأهرام، المرجع السابق.

نفس المرجع.

المرجع السابق نفسه.

جريدة الأهرام 2013/6/9، العدد 46206 لسنة 137 ص5.

جريدة الأهرام 2013/6/5، العدد 46202 لسنة 137.

المرجع السابق.

المرجع السابق نفسه.

جريدة الأهرام 2013/6/9.

المرجع السابق.

جريدة الأهرام 2013/6/24 العدد 46221 ص14.

جريدة الأهرام 2013/6/30، العدد 46227 لسنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/30.

جريدة الأهرام 2013/6/30.

جريدة الأهرام 2013/6/29 العدد 46226 لسنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/25 العدد 46222 لسنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/17 العدد 46214 لسنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/18 العدد 46215 لسنة 137 ص2.

جريدة الأهرام 2013/6/10 العدد 46207.

جريدة الأهرام 2013/6/10 العدد 46207.

جريدة الأهرام 2013/6/11، العدد 46201 لسنة 137 ص1.

جريدة الأهرام 2013/6/11 العدد 46208.

جريدة الأهرام 2013/6/4، العدد 46201.

جريدة الأهرام، 2013/6/28، العدد 46225.

نفس المرجع.

جريدة الأهرام، 2013/6/25 العدد 46222 السنة 137 ص10.

جريدة الأهرام المرجع السابق ص4.

جريدة الأهرام، 2013/6/20.

جريدة الأهرام 2013/6/17، العدد 46224 السنة 37 ص3.

جريدة الأهرام 2013/6/14 العدد 46211.

جريدة الأهرام 2013/6/14 الصفحة الأخيرة.

جريدة الأهرام 2013/6/22 العدد 46219 السنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/10، العدد 46207 السنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/22، العدد 46215 السنة 137.

جريدة الأهرام 2013/6/9 العدد 46206 السنة 137.

جريدة الأهرام، 2013/6/22 العدد 46219 السنة 137.

جريدة الأهرام، 2013/6/11 العدد 46208.

جريدة الأهرام 2013/6/17 العدد 46214.

جريدة الأهرام 2013/6/17.

جريدة الأهرام المرجع السابق.

جريدة الأهرام 2013/6/9 العدد 46206.

جريدة الأهرام 2013/7/25.

المرجع السابق.

جريدة الأهرام 2013/6/26.

جريدة الأهرام، المرجع السابق.

جريدة الأهرام 2013/7/12 العدد 46209.

جريدة الأهرام 2013/6/18، العدد 46215، ص4.

جريدة الأهرام، 2013/6/24، العدد 46221 ص11.

جريدة الأهرام 2013/6/1 العدد 46198.

جريدة الأهرام 2013/6/3 ، العدد 46200.

جريدة الأهرام 2013/6/1.

جريدة الأهرام، 2013/6/12 العدد 46209 ص8.

جريدة الأهرام، 2013/6/11.

جريدة الأهرام، 2013/6/15.

جريدة الأهرام 2013/6/22، العدد 46219.

جريدة الأهرام، 2013/6/28 العدد 46225.

جريدة الأهرام، العدد 46236، السنة 137، 2013/7/9.

جريدة الأهرام، المرجع السابق.

المرجع السابق.

جريدة الأهرام، العدد 46247، السنة 137، 2013/7/20.

جريدة الأهرام، العدد 46253، السنة 137، 2013/7/26.

جريدة الأهرام، العدد 46256، 2013/7/29.

المرجع السابق.

جريدة الأهرام، العدد 46256، 2013/7/29.

جريدة الأهرام، العدد 46233، 2013/7/6.

جريدة الأهرام، العدد 46245، 2013/7/18.

جريدة الأهرام، العدد 46251، 2013/7/24.

جريدة الأهرام، العدد 46238، 2013/7/11.

جريدة الأهرام، العدد 63232، 2013/7/5.

جريدة الأهرام، العدد 46239، 2013/7/12.

جريدة الأهرام، العدد 46238، 2013/7/11.

جريدة الأهرام، المرجع السابق، ص10.

جريدة الأهرام، العدد 46233، 2013/7/6.

جريدة الأهرام، العدد 46228، 2013/7/10.

جريدة الأهرام، العدد 46246، ص13.

جريدة الأهرام، المرجع السابق.

جريدة الأهرام، العدد 46237، 2013/7/10.

جريدة الأهرام، العدد 46232، 2013/7/5.

جريدة الأهرام العدد 46247، 2013/7/20.

جريدة الأهرام، العدد 46246، 2013/7/19.

جريدة الأهرام، العدد 46255، 2013/7/28.

جريدة الأهرام، العدد 46233، 2013/7/6.

جريدة الأهرام، العدد 46235، 2013/7/8.

المرجع السابق.

جريدة الأهرام، العدد 46236، 2013/7/9.

جريدة الأهرام، العدد 46233، 2013/7/6.

جريدة الأهرام، العدد 46255، 2013/7/28.

جريدة الأهرام، المرجع السابق.

جريدة الأهرام، المرجع السابق.

جريدة الأهرام، العدد 46228، 2013/7/10.

جريدة الأهرام، العدد 46231، 2013/7/4.

جريدة الأهرام، العدد 46253، 2013/7/26.

جريدة الأهرام، العدد 46239، 2013/7/12 ص11.

جريدة الأهرام، العدد 46246، 2013/7/19.

جريدة الأهرام، العدد 46241، 2013/7/14، ص18.

جريدة الأهرام، العدد 46240، 2013/7/13، ص2.

جريدة الأهرام، العدد 46245، 2013/7/18، ص2.

جريدة الأهرام، العدد 46233، 2013/7/6، ص2.

جريدة الأهرام، العدد 46248، 2013/7/21، ص12.

جريدة الأهرام، العدد 46231، 2013/7/4، ص3.

جريدة الأهرام، العدد 46248، 2013/7/21 ص5.

جريدة الأهرام، العدد 46240، 2013/7/13 ص2.

جريدة الأهرام، العدد 46228، 2013/10،7، ص8.

تقرير المنظمة المصرية لحقوق الإنسان عام 2007، ص456.

المرجع السابق ص 456.

نفس المرجع ص456.

طبقا لتقرير المنظمة المصرية لحقوق الإنسان، 2007، وإجابات المبحوثين.

جريدة الأهرام، العدد 46379، السنة 138، 2013/11/29.

(*) تقرير المنظمة المصرية لحقوق الإنسان الصادر عام 2007 ص456.

(**) المرجع السابق نفسه، جدول يوضح ذلك.

جريدة الأهرام، التحرش الجنسي والتعدي على الفتيات وزواج القاصرات، 15 أغسطس 2013، ص20.

(***) تقرير المنظمة المصرية لحقوق الإنسان عام 2007، ص456.

جريدة الأهرام، 2013/8/5، ص18.

الفصل الرابع

إستراتيجيات إدارة الأزمات في مصر بعد ثورة يناير 2011

دراسة ميدانية

مقدمـة:

برز الاهتمام بدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين بعد أن كانت دراسات الأزمة تميل إلى تغليب الاهتمام بالجوانب الاقتصادية والإدارية والسياسية لها، ومع دخول الألفية الثالثة تركز الاهتمام على اتصالات الأزمة وخاصة في الخمس سنوات الأخيرة باعتبارها أساس لا غنى عنه لنجاح إدارة الأزمات(1).

ويمكن إرجاع الأصل التاريخي لمصطلح الأزمة إلى علم الطب الإغريقي القديم حيث استخدم هذا المصطلح للدلالة على وجود نقطة تحول مهمة أو لحظات مصيرية في تطور المرض، يتوقف عليها إما شفاء المريض خلال فترة قصيرة أو موته(2).

وتشير الإحصائيات إلى فداحة الخسائر التي لحقت أو تلحق بالبشرية بسبب وقوع الأزمات والكوارث في مختلف بقاع الأرض وما يترتب عليها من حدوث تداعيات لحوادث أو مؤامرات أو حروب أو فتن، وما ينتج عنها من فقدان للأرواح والممتلكات وتشريد المواطنين وانتشار الأوبئة، وهذا ما يقتضي العمل على التحكم فيها واحتوائها وتقليل خسائرها إلى أقل حد ممكن، عن طريق الاستعداد الجيد لمواجهتها ووضع التصورات والخطط المناسبة لذلك، مع التدريب على أساليب تنفيذها في المراحل المختلفة(3).

وقد تتعدد المفاهيم المتعلقة الأزمات وفقاً للبعد الذي تتناول هذه المفاهيم نظراً لارتباط مفهوم الأزمة بأكثر من بعد، منها ما هو اجتماعي ومنها ما هو ثقافي وسياسي واقتصادي، كما يختلف الإطار الذي تشمله الأزمة وحدودها. فمنها ما يتعلق بالأزمات الداخلية والتي نحن بصددها

وقد تلقي بآثارها على النظام الداخلي للدولة ومنها ما يتسع نطاقه ليلقي بتأثيره على النظام الدولي برمته وبذلك يتسع مفهوم الأزمة ليشمل الأزمات المحلية(4).

والأزمة طرف انتقالي Transitional يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول Turning point في حياة الفرد أو الجماعة أو المنظمة أو المجتمع وغالباً ما ينتج عنه تغير كبير(5).

ولقد أصبحت إدارة الأزمات سلوك ومنهج يحمل في طياته ملامح رؤية التفاعل والتكامل مع منطلقات التكيف مع الأزمات والتعامل معها وفيها(6).

ويعرف وليامز إدارة الأزمات إدارة الأزمات بأنها سلسلة الإجراءات والقرارات الهادفة إلى السيطرة على الأزمة والحد من تفاهمها حتى لا ينفلت زمامها مؤدية بذلك إلى نشوب الحرب وبذلك تكون الإدارة الرشيدة للأزمة هي التي تضمن الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة وحمايتها، فالإدارة الناجحة للأزمة هي تلك القدرة البارعة على تحقيق التوازن(7).

ويمكن إرجاع الأزمات إلى أربعة أسباب رئيسية هي:

أسباب خارجية عن قدرات الإنسان وبالتالي لا يمكنه التحكم فيها إلا إيقافها أو إضعافها ولا قدرة له على التنبؤ بحدوثها، وقد يمكن التنبؤ بحدوثها ولكن متى؟ وأين؟ لا نعرف.

أسباب ترجع إلى الإنسان مثل سوء الفهم، سوء الإدراك، سوء التقدير - سوء التخطيط، الإهمال، الإدارة غير الرشيدة، الأخطاء البشرية، ضعف المتابعة والمراقبة.

ضعف الإمكانيات المالية والمادية والتكنولوجية.

تعارض المصالح والأهداف، والصراع على الموارد والسلطة(8).

ويحظى المنظور الإعلامي في إدارة الأزمات بأهمية متزايدة، حيث يعد مكوناً أساسياً من مكونات المزيج التكاملي في دراسة الأزمات، وهو المزيج الذي يفترض أن كل أزمة تحمل في طياتها بعض العلاقات المتداخلة والمركبة من الأمور الفردية والجماعية الداخلية والخارجية، وتبرز أهمية البعد الإعلامي من خلال الدور الذي تقوم به أجهزة الإعلام في تزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة أثناء الأزمة ويتميز هذا الدور لما بعد انتهاء الأزمة بهدف احتواء آثارها(9).

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين تحولاً كبيراً في مجال الاقتصاد الدولي حيث استخدم عديد من المنظمات إستراتيجيات الدمج في كيانات اقتصادية عملاقة، وأدت هذه الاندماجات إلى استحداث أساليب اتصالية تواكب انفتاح الأسواق العالمية، وتتيح تدفق المعلومات وتبادلها بشكل فوري،

وقد تعرضت منظمات كثيرة إلى أزمات نتيجة الرغبة الملحة لوسائل الإعلام في الحصول على معلومات عن تطورات هذه الأزمات، وواجهت تلك المنظمات مشكلة الرغبة في تلبية حاجة وسائل الإعلام في تزويدها بسرعة بالمعلومات، والحذر من تقديم معلومات مغلوطة أو غير متكاملة نتيجة مزاولة الأنشطة في مراكز عديدة(10).

وتتهم العلاقات العامة أساساً بعلاقتها مع الجمهور وهي تعد أحد مجالات الإدارة المؤسسية التي ظهرت وحققت قبولاً متزايداً خلال الخمسين عاماً الأخيرة ويرجع ذلك إلى تعاظم أهمية الرأي العام وكسب ثقة الجمهور لنجاح نشاطات المؤسسات مهما كان نوعها، كما يرجع كذلك إلى نمو شعور المؤسسات بمسئوليتها الاجتماعية وضرورة أخذ وجهة النظر العامة كمتغير أساسي عند اتخاذ القرارات(11).

ويقوم الاتصال بدور مؤثر عند مواجهة المنظمة للأزمات، فمن جهة يساعد على إدارة الأزمة بفعالية ونجاح، ومن جهة أخرى يحاول الحفاظ على صورة إيجابية للمنظمة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية.

وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها(12).

ولم تعد وسائل الإعلام وسائل ناقلة لسير الأزمات بل متحكمة في مساراتها ومشاركة في صنعها، لقد استطاعت وسائل الإعلام عن طريق الصور التي نشرتها الصحف وأذاعها التليفزيون الأمريكي في فيتنام أن تلعب دوراً مؤثراً على صناع القرار أدى إلى إنهاء الحرب التي أصبح النصر الأمريكي مستحيلاً فيها، وتم إعادة الجيش إلى الولايات المتحدة بأثقال وعقدة أصبحت غائرة في السياسة والرأي العام الأمريكي.

لقد أصبح الإعلاميون والسياسيون يشبهون قدرة وسائل الإعلام على التحكم في مسارات الأزمات الدولية بما يحدث من توالي التأثير في البورصات العالمية(13).

ولقد أصبح علم إدارة الأزمات واحداً من العلوم الحديثة التي تحظى باهتمام الباحثين من تخصصات مختلفة، وقد ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على اقتراب أجزاء العالم من بعضها البعض، نتيجة زيادة حدة المنافسة محلياً وإقليمياً ودولياً، وبات عديد من الأزمات الوطنية يحظى بانعكاسات دولية، فضلاً عن تداعيات الأزمات الدولية على المجتمعات المحلية(14).

ثانياً: مشكلة الدراسة:

لقد مرت مصر بعد أحداث يناير بأزمات وأوقات عصيبة متعددة وانتاب أفراد المجتمع المصري القلق والخوف في كثير من الأحيان ولم يستطيع أي إنسان أن يحدد إلى أين تصير الأمور في مصر وكان نتيجة لقيام ثورة يناير 2011 أنه تم الاعتداء على مديريات الأمن وكل ما يخضع لجهاز الشرطة ووزارة الداخلية في جميع أنحاء مصر، وشهدت مصر انفلات أمني لم تشهده من قبل ولذلك كانت مشكلة الدراسة والتي يمكن صياغتها في كيفية إدارة الأزمات الأمنية في مصر فيما بعد ثورة يناير 2011 حيث فقد الأمن والأمان في المجتمع بشكل عام وانتشرت جرائم السرقة والقتل والتعدي على مرافق الدولة من قبل الأفراد، وما هو دور أجهزة العلاقات العامة في مديريات الأمن ورجال الشرطة في مواجهة هذا الانفلات الأمني.

وتتمثل مشكلة الدراسة في دور أجهزة العلاقات العامة الأمنية في إدارة الأزمات الأمنية وما هي الأساليب التي اتبعتها هذه الأجهزة في إدارة الأزمات المتعددة في مصر بعد أحداث الثورة وطرق إدارتها قبل الثورة.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق هدف رئيسي تم وضعه وهو كيفية إدارة الأزمات الأمنية في مصر قبل ثورة يناير 2011 وكذلك كيفية إدارة الأزمات الأمنية بعد ثورة يناير 2011.

ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية وذلك باستطلاع رأي العينة حول الأزمات قبل وبعد الثورة، ومن هذه الأهداف الفرعية:

التعرف على طرق إدارة الأزمات الأمنية قبل الثورة.

التعرف على طرق إدارة الأزمات الأمنية بعد الثورة.

معرفة وجود خطط لإدارة الأزمات الأمنية من عدمه.

التعرف على طبيعة الأزمات الأمنية قبل وبعد الثورة.

طبيعة العلاقة بين الشرطة والمواطنين.

ما مدى وجود تعاون من المواطنين مع جهاز الشرطة من عدمه.

هل الممارسات الشرطية السابقة واستعمال العنف ضد المواطنينهو المسئول عن الانفلات الأمني بعد الثورة؟

رابعاً: أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة لأنها تبحث في إدارة الأزمات حيث أن دور أجهزة العلاقات العامة وإدارة الأزمات من الموضوعات الجديدة حيث أن إدارة الأزمات لم تجد اهتمام إلا في الآونة الأخيرة كموضوعات جديدة بالدراسة بالنسبة للعلاقات العامة.

وكذلك لأن موضوع هذه الدراسة يبحث في إدارة الأزمات الأمنية في مصر بعد وقبل ثورة يناير 2011 ومعرفة كيفية إدارة هذه الأزمات من جانب إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية وبمديريات الأمن وطبيعة العلاقة بين الشعب والشرطة كجهاز أمني مسئول عن توفير الأمن للمواطنين وهل يوجد اختلاف في طبيعة التعامل وإدارة الأزمات بعد ثورة يناير 2011.

كما أن هذه الدراسة ترى أنه توجد مخاصمات وعداءات قديمة بين المواطنين والشرطة وأن الشرطة كجهاز مسئول عن توفير الأمن والأمان للمواطنين تتخلى عن دوره هذا حيث أن شعار الشرطة كان الشرطة في خدمة الشعب، ولكن تخلت هيئة الشرطة عن هذا الشعار واكتسبت عداء كافة أفراد الشعب نتيجة لممارسات رجال الشرطة ضد أفراد الشعب، ولذلك كانت أهمية هذه الدراسة.

خامساً: الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية الصراع ونظرية العلاقات المتبادلة. ويعتبر الصراع الطبقي في الفكر الماركسي أحد المسببات للتغير الاجتماعي الشامل والذي يحدث بسبب عدم توزيع الموارد الاقتصادية والسلطوية بشكل متكافئ بين طبقات المجتمع، وبسبب ثبوت علاقات الإنتاج دون تغيير وتطور قوى الإنتاج بشكل سريع، فقد اعتبر الطبقة الاجتماعية وحدة اجتماعية متكاملة لها معتقداتها وأفكارها وتراثها المميز لها، والفرد يتشرب بأفكارها عن طريق التنشئة الطبقية وحدد ماركس بداية الصراع الطبقي منذ بداية أنهار تنظيم المجتمع القبلي، وكل نظم الإنتاج في نظره، قد تولد طبقتين رئيسيتين إلا أنهما تتبادلان العداء وهما مالكو وسائل الإنتاج والكادحون (البروليتاريا) وتتحكم الأولى في الثانية(15).

وظهرت نظرية الصراع كمحاولة لإيجاد تغير الصراع الذي ظهر واضحاً في الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في النصف الأول من القرن العشرين الذي لم تر الوظيفة ضرورة لدراسته بل سعت لتحجيمه في أضيق نطاق أو كبته سعياً وراء الاستقرار وبقاء النظام القائم على ما هو عليه، على حين نادت النظرية بالصراع من أجل التطور الذي رأته في التغير إيماناً منها بأن توزيع القوةفي المجتمع مجحف، فرأت أن الهدف والدافع الأساسي للصراع هو إعادة توزيع القوة بصورة أفضل(16). ويحاول البحث الاستفادة من هذا الفكر ونظرياته في دراسة الصراع وتغير الأدوار كذلك فإن الدراسة تناقش مفهوم القوة والسلطة وتلقي الضوء على علاقة

الشرطة مع أفراد الشعب منذ قديم الأزل وهل الصراع القائم بين رجال الشرطة وأفراد الشعب له رواسب تاريخية وجذور قديمة أم لا، والذي ظهر جلياً بعد قيام ثورة يناير 2011 حيث تم تصدي المواطنين على كافة الأجهزة الأمنية في جميع المحافظات دون استثناء وكذلك تم التعدي على كافة الأجهزة الأمنية التي لم تسلم من الحرق أو الهدم أو السرقة سواء كانت مديريات أمن أو جهاز أمن الدولة أو إدارات المرور أو أقسام الشرطة على مستوى أنحاء الجمهورية.

وأسباب نشوء الأزمات كثيرة منها الفقر والتخلف والجهل والعوز والفتنة والأمراض والتعليم المحدود وندرة الموارد وتدهور البيئة والكوارث الطبيعية والنمو السكاني والتطرف والجريمة المنظمة والبطالة. كل هذه الأمور تشكل أرضاً خصبة لنشوء الأزمات، كما تمثل بذرة النزاعات وعدم الاستقرار في كثير من الأحيان.

كما أن سوء الفهم والإدراك أو سوء التقدير والتعميم أو الرغبة أو الابتزاز واستعراض القوة وتعارض المصالح وأن لكل أزمة أداءً وسلوكاً ومن خلالها في يمكن معرفة عناصر شدتها وقوتها والمصدر المنفذ لها وكيفية التعامل معها لمواجهة الأزمات.

كما أن لكل شيء سبباً، فإن هناك عوامل تتسبب في وجود الأزمة، فهي لا تنشأ مجزأة وليست وليدة اللحظة، ولكنها نتاج تفاعل أسباب وعوامل نشأت قبل ظهور الأزمة، وتتعدد الأسباب التي تؤدي إلى نشوب الأزمة، كما أن الأزمات تنشب من أجل الموارد كالمياه والغذاء والصراع من أجل التوسع السكاني، وأزمات الانفجار السكاني، وأزمات النظام الرأسمالي الصراع الأيديولوجي والاجتماعي

والصراع على الأسواق ومصادر المواد الأولية، والصراع السياسي على السلطة بين الأحزاب المختلفة، كذلك الصراع على الهيبة والنفوذ، بالإضافة إلى الأسباب الاجتماعية والاقتصادية للصراع(17).

مدخل حل الصراع Conflicts Resolution Approach

يتضمن الصراع أفراداً أو جماعات يعارض بعضهم بعضاً حول قيم أو أهداف وتوجد رؤيتان متقابلتان للصراع(18)وهما:

(أ) الرؤية الأولى ترى أن الصراع ظاهرة يجب تجنبها وعلى ذلك يجب توقع صراعات معينة والاستعداد لها ومحاولة معالجتها قبل أن تصبح مشكلات غير مرغوبة.

(ب) الرؤية الثانية ترى أن الصراع مرحلة طبيعية تمر بها المنظماتفي علاقاتها مع مؤثرات بيئاتها الخارجية وجماهيرها وعلى ذلك فهي شيء يجب إدارته.

نظرية العلاقات المتبادلة:

يرجع أصحاب هذه النظرية قدرة الأفراد أو الجماعات على مواجهة الأزمات كلما ارتفع تقدير الذات لديهم (الإنتاج، الثقة، المشاركة، الشعور بالأمان، الصدق الاعتبار الإيجابي غير المشروع، الإدراك الوجداني الدقيق) ومن ثم يتغلب الناس على كثير من الأزمات، إذا كانوا يثقون في أنفسهم وفي الآخرين، فالشعور بتقدير الذات (الثقة بالنفس) تمكن الفرد من مواجهة الأزمات واستعادة قدرته على اتخاذ مواقف قائمة على المسئولية في مواجهتها(19).

سادساً: مصطلحات الدراسة:

1- مفهوم الأزمة:

لقد تعددت تعريفات الأزمة، فاختلف في بعض الجوانب واتفقت في جوانب أخرى، وتعرف الأزمة بأنها طرف انتقالي Transitional يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول Turning point في حياة الفرد أو الجماعة أو المنظمة أو المجتمع وغالباً ما ينتج عنه تغير كبير(20).

والأزمة فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر حدوث تغير حاسم(21).

ويعرفها د/ السيد عليوه أنها موقف عصيب يمكن أن يؤدي إلى نتائج سلبية(22).

2 - إدارة الأزمات:

يعد علم إدارة الأزمات من العلوم الإنسانية الحديثة التي ازدادت أهميتهافي العصر الحالي الذي شهد العديد من المتغيرات سواء على المستوى الدوليأو الإقليمي أو على المستوى القومي، ولما كان علم إدارة الأزمات هو علم إدارة توازنات القوى أو أحد حركاتها واتجاهاتها فهو أيضا علم المستقبل وعلم التكيف مع المتغيرات الإنسانية سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو عسكرية(23).

3 -الأزمات الأمنيـة:

المقصود بالأزمات الأمنية هي التي تعني بالشئون الأمنية للمواطن وللشعب المصري بأكمله والأزمات الأمنية هنا هو ذلك الانفلات الأمني والحوادث التي وقعت في مصر بعد أحداث ثورة يناير 2011 وحالة القلق والرعب التي شهدها المجتمع المصري من اعتداء على الأفراد وسرقة ممتلكات وحوادث قتل ونهب لم يشهدها المجتمع المصري من قبل.

4- المشكلة - الأزمة - الكارثة(24):

(أ) المشكلة:تعرف على أنها عائق أو مانع يحول بين الفرد والهدف الذي يسعى إلى تحقيقه وتعبر المشكلة عن حدث له شواهد وأدلة تنذر بوقوعه بشكل تدريجي غير مفاجئ، يجعل من السهولة إمكانية التوصل لأفضل حل بشأنها والعلاقة بين المشكلة والأزمة وثيقة الصلة، فالمشكلة قد تون سبب أزمة.

(ب) الأزمة: تعبر عن حدث مفاجئ غير متوقع مما يؤدي إلى صعوبة التعامل معه ثم البحث عن وسائل وطرق لإدارة هذا الموقف وللتقليل من آثاره ونتائجه السلبية.

(جـ) الكارثة: أحد المفاهيم التصاقاً بالأزمة وهي حالة مدمرة حدثت فعلاً ونجم عنها ضرر سواء في الماديات أو غير الماديات.

المشكلةProblem :

يشير قاموس Webster إلى أن المشكلة حالة حقبة تتطلب حلاً(25).

كذلك فإن المشكلة حالات تنعقد فيها عوامل متشابكة تتصف بالغموض ويحتاج حلها إلى معرفة أسبابها وتحليل عناصرها وظروفها(26).

والمشكلة تعني عوائق وصعوبات تحول دون الوصول إلى الهدف المأمول، ويؤدي إلى تراكم المشكلات إلى ظهور الأزمات إذا تكرر حدوثها، أو إذا استمرت لفترة طويلة دون حل(27).

سابعاً: الدراسات السابقة:

قام الباحث بتقسيم الدراسات إلى:

أولاً: الدراسات العربية المتعلقة بالإعلام والعلاقات العامة والأزمة:

أ - دراسات تناولت العلاقات العامة والأزمات.

ب – دراسات تناولت أجهزة الإعلام والأزمات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية المتعلقة بالإعلام والعلاقات العامة والأزمة:

الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة:

دراسة:عادل بن عبد القادر المكينزي 2013 بعنوان:"دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الأمني(28):

من أبرز تجليات الأزمات هو الخلل الأمني وآثاره الخطيرة على الأفراد والمجتمعات والإعلام يمثل اللبنة الأساسية في إستراتيجية العمل الأمني لأي مجتمع من المجتمعات ونظراً لارتباط الأمن المباشر بحياة الناس وأمنهم وسلامتهم، فإن وسائل الإعلام تقوم بالتأثير غير المباشر على جماهيرها واتجاهاتهم ومواقفهم تجاه الأزمات الأمنية التي تقدمها عن طريق البرامج والرسائل الإعلامية المتنوعة لمعالجة القضايا وترتيب أولويات اهتمامهم.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك زيادة في الوعي الأمني في أوقات الأزمات وتزداد هذه الأهمية نحو تكوين رأي عام واتجاه إيجابي نحو الموضوعات الأمنية العامة بالمجتمع. وهناك مؤسسات أيضا تساهم في تنمية الوعي بالأزمات في المجتمع بجانب وسائل الإعلام وهي المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية.

دراسة: حنان جنيد 2013 بعنوان: تطور اتصالات الأزمة دراسة تتبعية من حقبة التسعينيات حتى 2011(29):

تتمثل مشكلة الدراسة في تعرض كثير من المؤسسات التجارية والحكومية والخاصة للأزمات المتعددة والمتكررة وكذلك التصاعد الملحوظ في الأزمات التي تتعرض لها الدول والمنظمات العامة والخاصة.

وهدفت الدراسة إلى رصد وتحليل التطور في بحوث ودراسات اتصال الأزمات خلال العشرين سنة الأخيرة منذ بداية التسعينيات وحتى عام 2011. واعتمدت الدراسة على مجموعة من الدراسات العرضية التي تهدف إلى تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، واعتمدت الدراسة في مجملها على منهج المسح التحليلي في الفترة من (1990 – 2011).

وتوصلت الدراسة إلى تعاظم الاهتمام بدراسة وتحليل الأزمات بوجه عام خاصة على المستوى الاقتصادي محليا وعالميا ويجب أن يوجد:

توجيه عناية الدارسين وتكثيف اهتمامهم بدراسة اتصال الأزماتفي شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

ضرورة التوسع في الاهتمام بإجراء دراسات تطبيقية حول شبكة المعلومات العالمية كأداة فاعلة في تعظيم إدارة الأزمات.

دراسة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة في اتصالات الأزمة التي تقوم بها العلاقات العامة.

وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء جهاز مستقل بتمويل خاص مشترك يتولى دراسة الأزمات العربية والأفريقية بأسلوب حيادي على غرار المجلس القومي لحقوق الإنسان.

دراسة: سليمان حميدي الحميدي2010 بعنوان: فاعلية الاتصالات في إدارة الأزمات الأمنية بأجهزة وزارة الداخلية بالرياض(30):

مشكلة الدراسة تتبلور في الإجابة على تساؤل رئيسي وهو ما فاعلية الاتصالات في إدارة الأزمات الأمنية بأجهزة وزارة الداخلية بمدينة الرياض من وجهة نظر العاملين، مجتمع الدراسة جميع العاملين من الضباط وصف الضباط في غرف العمليات بأجهزة وزارة الداخلية وعددهم (850) مفردة وتم أخذ عينة عشوائية بلغ حجمها (270) مفردة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال تطبيق مدخل المسح الاجتماعي للعينة مستخدما أداة الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أهم أنواع الاتصال التي تستخدم في إدارة الأزمات الأمنية هي استخدام الاتصالات الرسمية أثناء الأزمة الأمنية.

أهم أساليب الاتصال التي تستخدم في إدارة الأزمات هي الاعتماد على الاتصال الشفوي عبر أجهزة الاتصال المختلفة.

أهم وسائل الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمات الاتصال الهاتفي واللاسلكي.

أهم المعوقات التي تقف دون إتمام فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات الأمنية هي عدم تدريب العاملين في مجال الاتصال الأمني على المستحدث من وسائل الاتصال الحديثة.

دراسة: عبد الرحمن الشلبي2009، بعنوان:"دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات"(31):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية الأزمات وطبيعتها والتعرف على دور العلاقات العامة خلال مراحل الأزمة، وكذلك التعرف على طبيعة الوظيفة التصحيحية والعلاجية للعلاقات العامة وتحديد خطة عامة وواضحة للتعامل مع الأزمات.

ونبعت أهمية البحث والدراسة في أنها توصلت إلى أن الأزمة تحدث فجأة وبدون مقدمات وأن التحدي الذي تفرضه الأزمات يتطلب طريقة فريدة واهتماماً بخصائص المشكلة المتأزمة.

وتوصلت الدراسة إلى أن ثلثي الأزمات في العالم سببه الجمهور الداخلي للمؤسسة وعدم التواصل معه وإخباره بما يدور في المؤسسة.

دراسة: علي منصور الشميري2008بعنوان:"دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات الأمنية"(32):

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور أجهزة العلاقات العامة الأمنية بالأجهزة الشرطية في مواجهة الأزمات وكيفية إعداد إستراتيجيات وخطط لمواجهة هذه الأزمات.

واستعرض الباحث خلال دراسته مفهوم الأزمة والعلاقات العامة ووظائف العلاقات العامة قبل وأثناء الأزمة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

إن دور أجهزة العلاقات العامة يتمثل في معالجة الأزمات بتقديم المعلومات السكانية عن الأزمة.

وضرورة الإشراف ومتابعة أجهزة الاتصال أثناء تناولها للأزمة.

إنتاج خطاب إعلامي يتناسب مع الأطراف الخارجية ذات العلاقة بالأزمة.

دراسة:السيد السعيد(2006)بعنوان:"إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث دور العلاقات العامة"(33):

مشكلة الدراسة:

مع التسليم بحقيقة وجود الأزمات وإمكانية تعرض المؤسسات أيا كان نوعها ونشاطها لتلك الأزمات في أي وقت ظهرت الحاجة الملحة والضرورية لاتخاذ التدابير اللازمة لتفادي وقوع تلك الأزمات أو التقليل من أضرارها إذا وقعت بالفعل.

وتشير الدراسة إلى أن هناك مشكلة حقيقية وهي أن طرق وسياسات المؤسسات في إدارة الأزمات قد طورت من المجال، حيث أن الطريقة التي تعتمد على أسلوب رد الفعل العشوائي قد أثرت على قدرة المؤسسة في مواجهة الأزمات.

وانصب اهتمام الدراسة على دراسة مجال التخطيط لإدارة الأزمات في سياق العلاقات العامة ومحاولات الاستفادة من الأدوار الأساسية لمراحل عمل العلاقات العامة وهي البحوث والتخطيط والاتصال والتقييم في مجال إدارة الأزمات.

أهــداف الدراسـة:

تسعى هذه الدراسة الراهنة إلى تحقيق هدف رئيس يمثل محور موضوع الدراسة والذي يعني بمحاولة تحديد الإجراءات اللازم توافرها لدى المؤسسات وإدارات العلاقات العامة بها عند التخطيط والاستعداد ولإدارة الأزمات التي قد تواجهها وتلك الإجراءات تمثل عناصر التخطيط الإستراتيجي في إدارة الأزمات.

كما حدد الباحث عدة أهداف منها:

التعرف على الإجراءات الإستراتيجية لعمل العلاقات العامة في مراحل التخطيط لإدارة الأزمات.

التعرف على الخصائص المهنية والشخصية لدى مسئولي العلاقات العامة داخل مؤسسات النقل.

تحديد الأدوار والمهام التي تسند لإدارات العلاقات العامة داخل المؤسسات.

الكشف عن مدى مشاركة مسئولي العلاقات العامة بالمؤسسات.

مجال الدراسة في التخطيط لإدارة الأزمات:

واقترحت الدراسة مجموعة من التساؤلات هي:

ما الخصائص المهنية والشخصية لدى مسئولي العلاقات العامة.

ما الأدوار الرسمية لإدارات العلاقات العامة داخل المؤسسات.

ما مدى مشاركة إدارات العلاقات العامة في إجراءات الاستعداد والتخطيط لإدارة الأزمات.

ما الإجراءات المتبعة في التخطيط لإدارة الأزمات بالمؤسسات.

ما الإجراءات الأساسية نحو عمل العلاقات العامة في مرحلة ما بعد وقوع الأزمة.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تسعى إلى تصوير الوقائع والحقائق الجارية كما تقوم بوصف حالة ظاهرة معينة قد تكون مؤسسة أو نشاط إنساني أو خصائص مادية ومعنوية لأفراد.

وعلى هذا فإن الدراسة اعتمدت على أسلوب المسح الذي يعد أسلوباً فعالاً في جمع المعلومات.

واعتمدت الدراسة على المقابلات الحرة مع مسئولي العلاقات العامة، وكذلك أداة تحليل المضمون للوثائق والإستراتيجيات والخطط الموجودة بالمؤسسات المعنية بمجال إدارة الأزمات تحليلاً كيفياً بحيث يتم تحليلها في ضوء محتويات الإجراءات التي تتبعها المؤسسات في إدارة الأزمات.

المقابلات المقننة باستخدام دليل المقابلة:

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات منها:

أهمية التطوير البحثي لدراسة عدد من الموضوعات المستقبلية لتغطية جوانب عديدة في هذا المجال ومنها إستراتيجية العلاقات العامة وعلاقتها بمجال إدارة المخاطر وكذلك صورة ممارس العلاقات العامة لدى الإعلاميين والصحفيين عند تغطية الأزمات والحصول على المعلومات.

وضع آليات وضوابط محددة في مجال اختيار العاملين بالعلاقات العامة داخل المؤسسات.

أهمية تأسيس هيكل تنظيمي لإدارات العلاقات العامة داخل الأجهزة الحكومية.

أن تتجه المؤسسات إلى الاهتمام بالجوانب الاتصالية بالجمهور والانفتاح على البيئة الخارجية لها والتفاعل مع المتغيرات التي تحدث بها وتؤثر على المؤسسات مثل الأزمات.

توجه المؤسسات إلى تبني الفكر الإستراتيجي في التخطيط لإدارة الأزمات وتأسيس منظومة متكاملة.

الاستعانة بالشركات المتخصصة في إدارة الأزمات وإدارات العلاقات العامة.

دراسة: حمدي محمد شعبان (2005) بعنوان: "الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث"(34):

مشكلة الدراسة:

تتضح في أن هناك إشكالية حول محاولة حسم النزاع بين وسائل الإعلام الحكومية أو العامة ودورها في نشر أخبار الأجهزة الحكومية المختلفة ودور إدارات أو أقسام الإعلام في أجهزة الأمن ومسؤولياتها في تبصير المواطنين بجهودها ونشاطها في نشر الأمن وإقرار السكينة في المجتمع.

وبعبارة أخرى البحث في دور متخصص ومركز لوظيفة الإعلام والعلاقات العامة في أجهزة الشرطة مع التطبيق على دور الإعلام الأمني أثناء الأزمات والكوارث.

وتأتي أهمية هذه الدراسة من ناحية التأكيد على ضرورة تبني الاتجاه الحديث نحو إنشاء مركز للإعلام الأمني في أجهزة الشرطة العربية وتوضيح دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث الأمر الذي يقتضي توضيح الأزمات والكوارث والمفاهيم العلمية لإدارتها.

وهدفت الدراسة، إلى تناول مفهوم حديث في مجال الدراسات الأمنية وهو مفهوم الإعلام الأمني، وكذلك إبراز دور الإعلام الأمني أثناء الكوارث والأزمات ولاسيما في الأحداث التي تشغل الرأي العام وتحديد المفاهيم العلمية لإدارة الأزمات والكوارث.

واستخدمت الدراسات التحليلية الاستكشافية التي تهدف إلى الكشف عن الأفكار والوظائف الجديدة للوحدات الإدارية في المنظمات المختلفة، واستخدمت الدراسة بعض الأدوات البحثية والملاحظة العلمية والسوابق التاريخية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

لا يكفي مجرد اضطلاع أجهزة ومؤسسات الدولة لمواجهة الأزمات والكوارث ومعالجة آثارها وتداعياتها، ولكن يظل دور المجتمع هو الدور الأساسي في معالجة آثار الأزمة.

تصبح إدارة الأزمات هي الإدارة الحقيقية للقيم والمثل والأخلاق العليا في المجتمع فهي سنده ودعامته في مواجهة الأزمة أو الكارثة وكذلك مشاركة أفراده في هذه المواجهة.

الاستعانة بخبراء الاتصال والاجتماع لإعداد برامج تنفيذية لتغيير سلوك الأفراد السلبي زيادة السلوك الإيجابي وتوجههم نحو مواجهة الأزمة ومواجهة قوى صنع الأزمة.

المشاركة الشعبية – ومشاركة الأحزاب والتنظيمات المجتمعية، وكذلك أجهزة الإعلام بالجامعات ورجال الدين وقادة الفكر والرأي ورفع المشاركة الشعبية نحو مواجهة الأزمة.

دراسة: علي محمد برغوت (2002) بعنوان: "دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الجامعية"(35):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة أثناء حدوث الأزمات من خلال التطبيق على الجامعات العربية باستخدام منهم المسح للحصول على البيانات والمعلومات، واستخدمت الدراسة دراسة الحالة لمعهد البحوث والدراسات العربية، وقد أسفرت عن عدد من النتائج بالدراسة منها: أن العلاقات العامة تساهم في التعامل مع الأزمات عند حدوثها من خلال متابعة رد

فعل الجمهور وتنفيذ الحملات الإعلامية المتعلقة بالأزمة، وكذلك القيام بشرح موقف الجامعة لجماهيرها، كما خلصت إلى أن إدارة الأزمات لا تعتبر وظيفة من وظائفها وإنما هي موقف طارئ يواجه المنظمة، في حين تناولت الدراسة عملية التنبؤ بالأزمة على أنها أحد أنشطة العلاقات العامة لكونها تهتم بقياس الآراء والاتجاهات والمخاطر قبل حدوثها.

وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الجامعات بوضع إستراتيجية للتعامل مع الأزمات التي تواجهها.

دراسة جابر محمد عبد الجواد (2000) بعنوان: "العلاقات العامة واتصالات الأزمة"(36):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الاتصالي الذي تقوم به العلاقات العامة بالمنظمات في حالة حدوث الأزمات، وكذلك توضيح مدى اختلاف اتصالات الأزمة عن الاتصالات المعتادة للعلاقات العامة في الأوقات العادية، ولتحقيق ذلك فقد اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة الذي يتناول الوسائل المختلفة لجمع المعلومات عن الحالات المدروسة من خلال التطبيق على ثمانية عشر جهة حكومية وأهلية وشركات صناعية في الفترة من شهر يناير حتى مايو 1999 على عينة من إدارات العلاقات العامة واستخدمت الدراسة أسلوب العينة العمدية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

اختلاف اتصالات الأزمة عن الاتصالات المعتادة للعلاقات العامة في الظروف العادية، كما توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات مازالت لا تولي اهتمامها بالتخطيط لاتصالات الأزمة والتعامل مع الجمهور ووسائل الإعلام وإجراءات تصحيح الصورة وتتبع الأزمات وتقييمها ورصد نواحي القصور في إدارة الأزمة.

وأوصت الدراسة إلى ضرورة تطور العلاقات العامة من حيث أهمية تطوير إستراتيجية تهتم بالتعامل مع الجمهور ووسائل الإعلام عند حدوث الأزمة.

ب - الدراسات العربية التي تناولت أجهزة الإعلام والأزمات:

دراسة: نهلة حلمي محمد عبدالكريم2013 بعنوان: "الرأي العام وإدارة الأزمات دراسة تطبيقية حول دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل(37):

تمثلت مشكلة الدراسة في ازدياد أعداد القنوات الفضائية الإخبارية المهتمة بتقديم مادة إخبارية موجه للجمهور العربي وازدادت حدة المنافسة للاستحواذ على أكبر قدر ممكن من الجماهير وتتحدد مشكلة الدراسة في مدى تأثير هذه القنوات على تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل وكيفية معالجة وسائل الإعلام منها.

وهدفت الدراسة إلى: -

- التعرف على مدى تأثير القنوات الفضائية الإخبارية على الرأي العام المصري.

- ورصد أنماط تعرض الجمهور المصري العام للقنوات الفضائية الإخبارية.

- تحليل كيفية تغطية قضية الصراع العربي الإسرائيلي من خلال القنوات الفضائية الإخبارية.

- إبراز وسائل الجذب المستخدمة سواء فيما يتعلق بالشكل والمضمون في القنوات الفضائية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة منها:

تصدرت قناة العربية الترتيب الأول من حيث معدل المشاهدة والمصداقية بين القنوات الفضائية.

ظهرت أهمية القنوات الفضائية الإخبارية لدى الجمهور المصري كوسيلة للحصول على المعلومات في حالة الأحداث الطارئة المحلية والدولية.

أغلب أفراد العينة يتحدثون مع أفراد الأسرة عن أنماط التطبيع.

أكثر من نصف العينة معارضون للتطبيع.

عدم فض النزاع العربي الإسرائيلي وفقا للرؤية المستقبلية للمبحوثين.

دراسة: هشام محمد عبدالغفار2013بعنوان:"صورة أزمة النظام السياسي المصري في نهاية حكم الرئيس مبارك"(38):

مشكلة الدراسة تبلورت في تحليل صورة أزمة النظام السياسي المصري بشكل مقارن في خطاب كتاب موقع صحيفة المصري اليوم وخطاب وتعليقات القراء عليهم في الفترة من 28 نوفمبر 2010 الذي بدأت فيه الجولة الأولى من الانتخابات التشريعية وتنتهي في 11 فبراير 2011 والذي تخلى فيه الرئيس مبارك عن السلطة.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الشامل دراسة كيفية لتحليل مسار البرهنة وتحليل القوى الفاعلة.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج منها تشابه كبير بين خطاب كتاب موقع المصري اليوم وخطاب تعليقات القراء الذي يشمل كل عناصر صورة أزمة النظام السياسي المصري في نهاية فترة حكم الرئيس مبارك سواء في تصور سمات الأزمة أو أسبابها أو حلها أو القوى الفاعلة المؤثرة فيها والأدوار المنسوبة إليهم كما كشفت الدراسة عن أوجه اختلاف بين عناصر صورة هذه الأزمة في الخطابينفي العديد من الجوانب باختلاف طبيعة القائم بالاتصال من ناحية واختلاف إنتاج الخطاب من ناحية أخرى.

دراسة:هبه شاهين2012بعنوان:"مصداقية القنوات التليفزيونية الإخبارية خلال الأزمات – دراسة حالة للتغطية الإعلامية لثورة 25 يناير(39):

مشكلة الدراسة تمثلت في رصد اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية القنوات التليفزيونية الإخبارية (المصرية والعربية والدولية) في الأزمات بالتطبيق على التغطية الإعلامية لثورة يناير والتعرف على مدى اعتماد الجمهور على القنوات التليفزيونية الإخبارية كمصادر للمعلومات المتعلقة بالثورة.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على حدود الدور الذي تلعبه القنوات التليفزيونية الإخبارية المصرية والعربية والدولية كمصادر للمعلومات المتعلقة بثورة 25 يناير لدى الجمهور.

وكشف العلاقة بين متغيري كثافة الاعتماد على القنوات التليفزيونية الإخبارية المصرية والعربية والدولية والمصداقية المدركة لتلك القنوات لدى الجمهور

ورصد الفروق بين القنوات التليفزيونية الإخبارية المصرية والعربية والدولية من حيث اعتماد المبحوثين عليها، وتبنت الدراسة مدخلين: الأول مدخل إدارة الصراع والثاني نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: تصدرت قناتا العربية والجزيرة قائمة القنوات الإخبارية العربية والدولية التي يعتمد عليها المبحوثينفي متابعة الأخبار المتعلقة بثورة 25 يناير وبرزت قناة BBC في مقدمة القنوات الإخبارية من حيث إجمالي المصداقية بوزن نسبي 95.12% يليها العربية والجزيرة وقناة CCN وعكست مؤشرات ثقة الجمهور المصري في القنوات التليفزيونية الإخبارية اختلافا عن مؤشرات الاعتماد على هذه القنوات وتصدر دافع الفهم قائمة دوافع اعتماد المبحوثين على القنوات التليفزيونية الإخبارية كمصادر للأخبار المتعلقة بـ 25 يناير.

دراسة: ماجدة عبد المرضي محمد سليمان 2012 بعنوان:

"أثر التغطية الإخبارية لأحداث الانفلات الأمني في الصحف اليومية في الفترة من 28 يناير حتى 15 يونيو 2011(40):

تأتي أهمية هذه الدراسة في معرفة الأطر الإخبارية المختلفة والتي قدمت من خلالها الصحف القومية المصرية اليومية (الأهرام - الأخبار - الجمهورية) لأحداث الانفلات الأمني والتي أعقبت انسحاب الشرطة من الشارع المصري، وذلك

للوقوف على سمات المعالجة التي قدمت من خلالها منظومة الصحافة اليومية.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد إستراتيجيات وآليات التأطر داخل عملية التغطية الخبرية لأحداث الانفلات الأمني والتعرف على مجالات الاهتمام والتي قدمت من خلالها صحف الدراسة لأحداث الانفلات الأمني في المجتمع، وذلك عبر أطر معالجة إخبارية دون غيرها الكشف عن معدلات حضور هذه الأطر وكيفية بناء تحيزات التغطية الإخبارية داخلها من خلال التوظف المتعمد لعدد من الأطر.

وانطلقت هذه الدراسة من نظرية تحليل الإطار الإعلامي والتي تقوم على أن وضع الأحداث في إطار معين يكسبها معنى.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

ضرورة إجراء دراسة موسعة حول أطر معالجة الصحافة المصرية ككل ممثلة في كافة اتجاهاتها وأطيافها لأحداث الانفلات الأمني.

صحف الدراسة لم تعطي اهتماما يذكر بمواد الرأي التحليلية والتفسيرية وكذلك الاستقصائية وجاء تركيزها على الأشكال الخبرية وتحديداً الخبر الصحفي.

ضرورة الاهتمام وتدريب وتأهيل القائم بالاتصال بشكل منظم ومستمر وتحديدا عند تناولهم لقضية خطيرة وهامة على نفس مستوى قضية الانفلات الأمني.

دراسة السيد بهنسي (2000) بعنوان: "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات"(41):

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء حدوث الأزمات وأبعاد العلاقة بينهما ودرجة أهميتها.

واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي لدراسة الجوانب المتعددة لهذا الاعتماد من جانب الجمهور من خلال تنفيذ استبيان في إطار مجتمع الجامعات المصرية وهما جامعة القاهرة والمنيا وطنطا والإسكندرية بواقع 100 طالب في كل جامعة وذلك خلال عام 2000.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

أن طلاب الجامعات يعتمد على التليفزيون المصري في استقاء المعلومات والأخبار حيث جاء التليفزيون في المرتبة الأولى، ثم جاءت الصحف في المرتبة الثانية، ثم جاءت الإذاعات بعد ذلك.

كما أوضحت النتائج أن هناك ارتباط بين ثقة الجمهور في الوسيلة الإعلامية فيما تقدمه من أخبار ومعلومات وبين درجة الاعتمادية عليها.

دراسة: مدحت محمد محمود أبو النصر(1999) بعنوان: "مفهوم الأزمات منظور إداري واجتماعي"(42):

تتمثل مشكلة الدراسة في أن الأزمات ازدادت خطورتها في الوقت الحالي الذي يطلق عليه البعض أحياناً عصر الأزمات وأصبح مصطلح الأزمة من المصطلحات الشائعة في لغتنا اليومية مثل الأزمة الاقتصادية وأزمة الشرق الأوسط وأزمة التعليم وأزمة الهوية الوطنية وأزمة المشاركة السياسية.

واستخدمت الدراسة تناول لنظرية الأزمة واستخدمت أيضاً المنهج التاريخي لتتبع ظهور نظرية الأزمة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات أهمها:

طرح الحلول الواقعية والعملية والسريعة.

أن تستفيد الإدارات من خبرات وتجارب الآخرين في مواجهة أزمات متشابهة.

توفير المعلومات الكافية والدقيقة والحديثة بشكل سريع عند الأزمة.

ضرورة إنشاء مراكز التخطيط المستقبل وإدارة الأزمات حيث أن هذه المراكز تلعب دور في عملية صنع القرارات.

يقترح تشكيل فريق مواجهة الأزمات في كل منشأة عامة أو خاصة سواء كانت تنتج سلعة أو تقدم خدمة.

ضرورة توفير أنظمة حديثة للإنذار المبكر للتنبؤ بالأزمات والكوارث قبل وقوعها.

دراسة:محمد شومان (1999) بعنوان: "إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار"(43):

اهتمت الدراسة بتحليل دور الصحف المصرية في إدارة كارثة قطار كفر الدوار من خلال تحليل مضمون الصحف المصرية التي تناولتها الكارثة مع تقييم هذا الدور في مراحل المواجهة واستعادة النشاط ثم التعلم وذلك لمعرفة مدى حجم التغطية والتوازن في اهتمام الصحف المصرية بالمراحل الثلاث من جهة وفي عرض نتائج وأسباب وحلول الكارثة من جهة أخرى.

استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وكذلك المنهج المقارن لإجراء المقارنات بين الصحف من خلال تحليل المضمون لصحف الدراسة القومية (الأهرام والجمهورية والأخبار) وكذلك الصحف الحزبية موضع الدراسة وهي (الوفد والأهالي والشعب) وذلك خلال فترة 30 يوماً بعد حدوث الكارثة.

واعتمدت الدراسة على نموذج "الموقف المشكل" وهو عبارة عن تقديم طرق منطقية لتحليل دور وسائل الإعلام في متابعة الأحداث والأزمات ومدى فعاليتها في التعامل مع الأزمة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

أن أغلب الصحف القومية والحزبية ركزت على الجانب الإنساني في تغطية الأزمة عند حدوثها ولم تتابع الأزمة.

أما بالنسبة لمدى التوازن فلم يكن لاختلاف دورية الصدور أو لأنها صحف قومية أو صحف حزبية، وكذلك لم يكن للموقف السياسي وإنما يرجع إلى الاعتبارات المهنية في تحقيق التوازن من عدمه والتي منها خبرة القائمين بالاتصال عند تغطية الأزمات والحوادث وكذلك سياسة الصحيفة نفسها وأهدافها.

دراسة: سوزان القليني (1998) بعنوان: "مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون وقت الأزمات"(44):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصفوة المصرية ومشاهدتهم للتليفزيون المصري وقت الأزمات المحلية والعالمية وذلك من خلال التطبيق على حالة دراسية لحادث الأقصر الإرهابي عام 1997، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني على عينة من الصفوة السياسية والإعلامية قوامها 125 مفردة تم اختيارها حسب المنصب القيادي وتم تطبيق الاستبيان عليها.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تفيد القصور في التغطية التليفزيونية للحادث هذا القصور تمثل في عدم وجود تقارير متعمقة وتحليلات إخبارية حول الحادث وكذلك هامشية وسطحية التغطية الإعلامية مما دعا الدراسة إلى إفراد توصيات بضرورة إعداد خطة إعلامية لإدارة الأزمات يتم تناولها من جانب فريق مدرب على تغطية الأزمات إعلامياً وكذلك رفع كفاءة القنوات الإقليمية في تغطية الأزمات.

دراسة: محمود يوسف (1998) بعنوان: "المعالجة الإعلامية للقصف الأمريكي للسودان وأفغانستان"(45):

تناولت هذه الدراسة معالجة وسائل الإعلام الأمريكية والسودانية لأحداث القصف الأمريكي للسودان وأفغانستان وذلك تطبيقاً على قناة CNN الأمريكية والفضائية السودانية خلال أسبوع في الفترة من الساعة الثانية بعد الظهر يوم الجمعة 1998/8/21، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي للموضوعات التي تناولتها القناتين مع إجراء المقارنات بينهما،

كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون الكيفي تحقيقاً لأهداف الدراسة في مجالين: الأول دراسة أهم القضايا التي طرحتها القناتين وتمثلت في أسباب القصف الأمريكي وشخصية أسامة بن

لادن طرح الإسلام ضمن الخطاب الإعلامي تشويه الخصوم، أما الثاني فكان في تحديد أسلوب المعالجة للموضوعات سواء الإعلامي أم الدعائي.

ثانياً: الدراسات الأجنبية المتعلقة بأجهزة الإعلام والعلاقات العامة والأزمات:

دراسة:بيرين اتشي(2011) بعنوان: "منظمات العلاقات العامة وأزمات الاتصال وتأثير منظمات العلاقات العامة على إدراك السياسات تجاه الأزمات والاتجاهات نحو المنظمة"(46):

وتهدف هذه الدراسة إلى اختبار تأثير منظمات العلاقات العامة على إدراك الأزمات والاتجاهات نحو المنظمة أثناء الأزمات.

وتوصلت الدراسة إلى أن النتائج أوضحت النظرة المحدودة إلى مستوى العلاقات العامة في إدراك الأزمات بسبب عامل مؤثر ومهم وهو مدى الاختصاص والمسئوليات.

والطريقة الثالثة كما أوضحه (موتوما) وتشير إلى ذلك هذه الدراسة، وجد أن المؤثرات الوحيدة في مجال أزمات العلاقات هي نوع الأزمات والاستجابة للإستراتيجيات والاتجاهات نحو المنظمة أثناء الأزمة، وأشارت الدراسة إلى أن التفاعل بين كل هذه المتغيرات ليست هامة وغير ضرورية، ووجد أن المقترح الخاص بتهذيب العلاقات مع الأفراد وذلك مثله مثل التأثيرات المستخدمة في الأزمات كالاستجابة لإستراتيجيات الأزمات وهي جزء ضروري وأساسي لنجاح إدارة الأزمات.

دراسة: برون كينون (2011)بعنوان:"منظمات العلاقات العامة والاستجابة لإستراتيجيات الأزمات - تعارض الاختصاصات والمسئوليات"(47):

هذه الدراسة تختبر كيفية الاستجابة لإستراتيجيات الأزمات من جانب منظمات العلاقات العامة والتي اقترحت من 1 – 4 استجابات مختلفة لإستراتيجيات الأزمات وذلك من خلال ممارسات مقالات الأخبار، والدراسة تقيس إدراك منظمات العلاقات العامة وذلك قبل عرض من 1 – 4 مقالات إخبارية صحفية واختصاص ومسئوليات الأزمات للأفراد يكونوا إيجابيين مع المنظمة الأقل احتمالية والتي تكون منطقة معزولة في نظرتها للأزماتوفي إستراتيجياتها واستجاباتها للأزمات.

الدراسة توضح كدليل أن العلاقات الإيجابية أكثر تمسكاً مع الأفراد ربما أكثر أهمية بالنسبة لإستراتيجيات الأفراد للأزمات.

دراسة: Chem, Ni(2009)(48):

هذه الدراسة هدفت إلى توضيح احتياج العلاقات العامة المؤسسية إنها تبني إستراتيجيات لإدارة وظائفها أثناء الأزمات وذلك بالتطبيق على دراسة حالةفي جمهورية الصين لدراسة أزمات الاتصال أثناء وقوع زلزال سيشون بالصين. وأن إقامة وإنشاء إستراتيجية هي محاولة جديرة وجادة لإيجاد نوع من التأكيد والثقة

بين الجمهور والعلاقات العامة الحكومية، وكذلك استخدام إدارات العلاقات العامة في تحميلها لهذه الإستراتيجية ضروري لتقدم العلاقات العامة وإنجازها لأنشطتها وذلك في محادثتهم مع الجمهور من الشعب الصيني وبين الحكومة لإدارة أزمة الزلزال.

وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى ضرورة تبني إستراتيجية لإدارة اتصالات الأزمة وضروري لجعل العلاقات العامة أكثر تأثيراً، كما توصلت الدراسة إلى إنشاء علاقات قوية وصميمة بين العلاقات العامة الحكومية والجمهور يخلق نوع من التأكيد بين الأفراد والحكومة.

دراسة: فينسنتVincent (2000)(49):

تناولت هذه الدراسة التحليل الإخباري لتغطية وسائل الإعلام الأمريكية لقضية (سلوبدان ميلوسينفيتش)والصرف في توسوفا وذلك من خلال دراسة وتحليل تقارير الأخبار في وسائل الإعلام المتعددة التي تضمنت صحف وقنوات تليفزيونية ووكالات أنباء وأخبار وذلك في الفترة التي حدث خلالها القصف الجوي من خلف الناتو خلال أسبوع من 12 – 18 أبريل 1999.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها:

أن أغلب التغطية الإخبارية ركزت على النواحي المؤيدة لسياسة حلف الناتو ومؤيديه وعلى آراء السياسيين والمسئولين العسكريين في الحلف. كما توصلت الدراسة إلى أن معظم وسائل الإعلام الأمريكية أظهرت انحيازها الكامل للسياسة الأمريكية بجانب قلة التغطيات الإعلامية التي تناولت الانتقادات ضد الهجوم الجوي للناتو والذي تسبب في موت مدنيين.

دراسة:جيليبو Guillebeau (1989)(50):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم به مسئولو العلاقات العامة في إدارة المؤسسات في إدارة الأزمات من خلال التطبيق على حالة دراسية تمثل مقتل أحد الموظفين بإحدى الجامعات الأمريكية حيث اتخذت عدة إجراءات اتصالية قام بها مسئولو الاتصال والعلاقات العامة إلى جانب المسئولين في الإدارة العليا وذلك من خلال ثلاثة مستويات:

المستوى الأول: جمع المعلومات عن الحادث ومعرفة طبيعته وتداعياته وأسبابه.

المستوى الثاني: يعني التعامل مع الجمهور الداخلي من حيث إخباره بالحادث وطمأنته وعقد مؤتمر صحفي لطلاب الجامعة وإعداد البيانات المختصرة عن الحادث وتوزيعها في أماكن مختلفة وكذلك تحديد المتحدث الرسمي ثم التعامل مع الجمهور الخارجي من أسر الضحايا ووسائل الإعلام.

المستوى الثالث : من إدارة الأزمة وقد تم الاتصال بأسر القتيل وصرف التعويضات وعقد مؤتمر للإعلاميين لعرض ما اتخذ من إجراءات.

وتوصلت الدراسة في النهاية إلى فعالية الطريقة التي أديرت بها الأزمة وأكدت على أهمية التعامل مع الحدث فور وقوعه والتعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي وأسر الضحايا ووسائل الإعلام وذلك في خطوط متوازية والتي تعتبر معيار نجاح إدارة الأزمة وكسب التأثير من كافة تلك الجهات.

ثامناً: فـروض الدراسة:

انطلقت هذه الدراسة من مجموعة من القروض تمثلت في الآتي:

الفرض الأول: الانفلات الأمني الذي شهده المجتمع المصري بشكل عام له دور في ضرورة تحسين العلاقة بين الجمهور والأمن بأسرع الطرق.

الفرض الثاني: تعدي المواطنين على مديريات الأمن ووزارة الداخلية والأقسام بجميع أنحاء الجمهورية له رواسب تاريخية أدت إلى ذلك وذلك لوجود صراع بين رجال الشرطة والمواطنين.

الفرض الثالث: عدم وجود إدارة للأزمات في وزارة الداخلية ساعد على تفاقم مشكلات تعدي المواطنين على أقسام الشرطة والتعدي على الجهات الأمنية وتفاقم الأزمات.

الفرض الرابع: لا توجد خطط مسبقة لمواجهة مثل هذه الأزمات كان عامل لانتشار محاولات التعدي على رجال الأمن والمؤسسات الأمنية بعد الثورة.

الفرض الخامس :ممارسات رجال الشرطة تهدف إلى إهانه أفراد الشعب وعدم احترامه كانت عامل مهم للاعتداء على رجال الشرطة من جانب المواطنين.

الفرض السادس: توجد علاقة بين استعمال رجال الشرطة للقوة ضد المواطنين منذ زمن قديم ومحاولات الاعتداء على أجهزة الشرطة بعد الثورة في 25 يناير.

تاسعاً: نوع البحث ومنهجه وأدواته:

(أ) نـوع البحـث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية(51)،حيث يستهدف تحديد ومعرفة إستراتيجيات إدارة الأزمات من جانب أجهزة العلاقات العامة بمديريات الأمن ولا تكتفي البحوث المسحية بوصف الظواهر التي تتعامل معها ويمكن في مقدورها أن تقدم تفسيراً لهذه الظواهر عندما يتم تحليل العلاقات بين المتغيرات المرتبطة بهذه الظاهرة(52).

(ب) منهج الدراسة:

وهذه الدراسة تسعى إلى تحقيق أهدافها والسعي نحو التحقق من فروضها والإجابة على تساؤلاتها المطروحة معتمدة على منهج المسح الإعلامي بمستواه الوصفي وهذا المنهج من المناهج الرئيسية لدراسة الجمهور حيث يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد(53).

(جـ) أداة جمـع البيانات:

استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة الدراسة والاستبيان هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعد الاستبيان أو الاستقصاء من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع

المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد(54).

ولذلك استخدمت أداة الاستبيان في تطبيقها على ضباط الشرطة بمديريات أمن الشرقية – الغربية – المنيا – كفر الشيخ بوزارة الداخلية، وكذلك إدارات العلاقات العامة بمديريات الأمن وضباط قطاع حقوق الإنسان وكذلك الضباط بالمراكز وأقسام الشرطة للتعرف على الأزمات التي واجهتهم بعد وقبل ثورة يناير 2011 في جميع محافظات مصر.

كما تم عرض أداة الاستبيان على مجموعة من المحكمين لتقرير من صلاحيتها للتطبيق من عدم وكذلك تم عمل التعديلات اللازمة في استمارة الاستبيان وفقاً لوجهات نظر المتخصصين والأساتذة الأكاديميين وهم(*):

ولقد تم تحكيم استمارة الاستبيان في أكاديمية الشرطة لمراعاة مدى ملائمة الأسئلة التي بها لضباط الشرطة أم لا وتم حذف السؤال رقم (6) وكذلك السؤال رقم (9) وحذف أحد الاختبارات في السؤال رقم (1) والمعني بفساد جهاز الشرطة.

(*) د/ محمود يوسف وكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د/ سمية عرفات أستاذ الإعلام المساعد كلية الآداب جامعة بنها.
- د/ علاء الدين أحمد طلعت مدرس الصحافة كلية الآداب جامعة الزقازيق.
- د/ ريهام درويش مدرس الإعلام بكلية الآداب جامعة كفر الشيخ.
- د/ محمد الحفناوي مدرس الإعلام جامعة كفر الشيخ.

عاشراً: مجتمع الدراسة الميدانية (عينة الدراسة):

استخدمت الدراسة العينة العمدية حيث أن هذه العينة يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث(55)،والعينة العمدية تندرج ضمن العينات غير الاحتمالية، وتم تطبيق عدد 400 استمارة على ضباط الشرطة بوزارة الداخلية ومديريات الأمن وأقسام ومراكز الشرطة، وتم تطبيق الاستبيان عليهم وذلك لمعرفة إستراتيجيات إدارة الأزمات في مصر بعد أحداث يناير 2011 وذلك على مستوى أربع محافظات هي: الشرقية – كفر الشيخ – الغربية – المنيا.

جدول (1)

يشير إلى توقع والاعتقاد في حدوث أزمات

ك ، % / توقع حدوث أزمات	ك	%
نعـم	348	%87
إلى حد ما	40	%10
لا	12	03ر%
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 49ر521 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية 2

توضح بيانات الجدول أن الاعتقاد في حدوث أزمات وتوقع حدوثها بلغ أعلى نسبة 87% بينما فئة إلى حد ما بلغت 10%، بينما جاءت فئة لا في آخر مرتبة حيث بلغت 03ر% وهي نسبة محدودة للغاية. إذن الواضح أن حدوث الأزمات شيء متوقع وفي اعتقاد كافة أفراد العينة وهذا بالنسبة لهم شيء متوقع في أي فترة زمنية وأن حدوث الأزمات وارد في أي مشهد من المشاهد الحياتية لهم.

حيث أن هناك فروق بين تكرارات واستجابات المبحوثين وهي دالة إحصائياً بدرجة ثقة 99% ودرجة حرية 2 وحيث أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 49ر521

وقيمة كا2 الجدولية 21ر9% إذن توجد دلالة إحصائياً بالنسبة للأزمات وتوقع حدوثها لاستجابات المبحوثين وتوقع حدوث أزمات.

جدول (2)

يوضح نوعية الأزمات التي تعرض لها بعد الثورة

ك ، % / نوعية الأزمات	ك	%
اضطرابات واعتصامات	140	%35
حوادث قتل وخطف	118	%30
اغتصاب وتحرش	98	%25
تعدي على رجال الشرطة	116	%29
قطع طرق	130	%33
إغلاق مصالح حكومية	120	%3
أخرى تذكر	20	%05ر
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 86ر90 قيمة كا2 الجدولية = 8ر16 درجة حرية = 7

توضح بيانات الجدول السابق أن أهم الأزمات التي تعرضت لها أفراد عينة الدراسة تمثلت في الاضطرابات والاعتصامات حيث أن أعلى نسبة كانت لفئة الاضطرابات والاعتصامات حيث بلغت (35%).

وجاءت عمليات قطع الطرق في المرتبة الثانية من حيث أنها من الأزمات التي حدثت بعد الثورة أيضا حيث بلغت (33%).

واحتلت فئة حوادث القتل والخطف المركز الثالث بين أهم الأزمات حيث جاءت بنسبة (30%).

والتعدي على رجال الشرطة أيضاً من الأزمات التي واجهت أفراد عينة الدراسة حيث جاءت قدرها 29% والاغتصاب والتحرش الجنسي جاء بنسبة (25%) وإغلاق مصالح حكومية بنسبة (3%).

وأخيراً فئة أخرى تذكر بنسبة (05ر%) وهي من الأزمات التي تعرض لها رجال الشرطة بعد الثورة مثل التعدي على الأرض الزراعية وكذلك التعدي على الشوارع والطرق واحتلالها من جانب البائعين المتجولين ومشكلات مرورية.

وتوضح البيانات الإحصائية أن هناك دلالة إحصائية بين استجابات المبحوثين بدرجة ثقة 99% حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 86ر90 بينما قيمة كا2 الجدولية 2ر16 عند درجة حرية = 7، وأن هناك اتفاق على العديد من الأزمات التي واجهت أفراد الدراسة وتناولتها وسائل الإعلام أيضاً سواء الإذاعة أو التليفزيونأو الصحافة، ومن أمثلتها.

ومن أهم القضايا التي تناولها المرصد الإعلامي الذي قامت به جمعية منهوضي وتنمية المرأة والتحرش الجنسي والتعدي المنظم على السيدات والفتيات، وجاء ذلك تحت عنوان التحرش الجنسي والتعدي على الفتيات وزواج القاصرات(56).

جدول (3)

يوضح اختلاف الأزمات بعد ثورة يناير عن الأزمات قبل الثورة

ك ، % / اختلاف الأزمات	ك	%
يوجد اختلاف	**380**	**%95**
لا يوجد اختلاف	**8**	**02ر%**
إلى حد ما يوجد اختلاف	**12**	**03ر%**
الإجمالي	**400**	**%100**

قيمة كا2 المحسوبة = 73ر684 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 1%

تشير البيانات أن هناك اختلاف لعلاً بالنسبة للأزمات التي تعرض لها رجال الشرطة بعد الثورة عن المشكلات والأزمات قبل الثورة، ويوضح ذلك إجابات المبحوثين حيث بلغت بنسبة (95%) أنه يوجد اختلاف بينما إلى حد ما بلغت 12 تكرار بنسبة 03ر% وأخيراً فئة إلى حد بلغت التكرارات نسبة 02ر%.

وتشير البيانات أيضاً أن هناك اختلاف وفروق ذات دلالة إحصائية لاستجابة المبحوثين عن الأزمات بعد الثورة عما قبل الثورة حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 73ر864 وقيمة كا2 الجدولية = 21ر9 بدرجة حرية = 1% وهما ذات دلالة إحصائية عن اختلاف الأزمات بعد الثورة عن الأزمات قبل الثورة من حيث نوعية الأزمات وكذلك حجم هذه الأزمات.

ونشرت جريدة الأهرام تحت عنوان "غضب شعبي ودعوات للقصاص من الإرهابيين في سيناء إدانة واسعة من القوى السياسية واستشهاد 6 وإصابة 17 بينهم مدنيون في عمليتين انتحاريتين"(57).

ويؤكد ذلك على أن نوع الجريمة اختلف عما قبل الثورة نظرا لانتشار العمليات الإرهابية وقتل جنود الجيش ورجال الشرطة، وشهدت مصر أزمات لم تشهدها قبل الثورة إذن هناك اختلاف من حيث الأزمات بعد الثورة عما قبل الثورة.

جدول (4)

يوضح الاستفادة من الأزمات لمنع حدوثها مستقبلاً

ك ، % / وجود استفادة	ك	%
نعم يوجد استفادة	320	%80
أحياناً ما يوجد استفادة	60	%15
لا يوجد استفادة	20	%05ر
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 10ر398قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

أشارت بيانات الجدول السابق إلى أنه توجد استفادة من الأزمات التي وقعت في الماضي لمنع حدوثها

أو لمحاولة تجنب حدوثها مستقبلاً أو لمنعها ومنع حدوثها وأشارت نسبة (80%) أنه يوجد استفادة بينما إلى حد ما بلغت (15%) وأخيراً جاءت فئة لا توجد استفادة بنسبة قدرها (05ر%).

وتشير البيانات الإحصائية إلى أنه توجد دلالة إحصائية بالنسبة للاستفادة من الأزمات التي وقعت في الماضي لمنع حدوثها مستقبلا حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 10ر398 وقيمة كا2 الجدولية 21ر9 عند درجة حرية= 2 ومستوى دلالة 1%.

وقد ظهرت تصريحات وزير الداخلية المصري الذي أكد على عدم السماح بالانفلات الأمني وكذلك عدم السماح بهروب المساجين مرة أخرى خلال ثورة 30 يونيو ونجد أن هناك استفادة من هروب المساجين في ثورة 25 يناير وعدم تكرار هذا الهروب مرة أخرى لأنه تم الاستفادة من عمليات الهروب السابقة من السجون.

إذن تم الاستفادة من الأحداث الماضية والأزمات التي وقعت بالفعل لتجنبها مستقبلاً ومنع حدوثها مرة أخرى أو تكرارها.

جدول (5)

يوضح وجود صراع بين الشرطة والمواطنين

ك ، % / وجود صراع	ك	%
نعم يوجد صراع	125	%31
لا يوجد صراع	70	%18
أحيانا ما يوجد	205	%51
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 41ر69 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

يتضح من الجدول أن فئة أحيانا ما يوجد صراع بين الشرطة والمواطنين بلغت أعلى نسبة (51%)، وجاءت نعم يوجد صراع في المرتبة الثانية حيث بلغت (31%) وأخيراً جاءت فئة لا يوجد صراع بنسبة (18%).

وهذا يدل على حدوث صراعات بين المواطنين ورجال الشرطة في بعض الأحيان والاعتقاد بأن الشرطة ضد المواطنين أحياناً وهذا يرجع إلى تعرف بعض رجال الشرطة أحياناً في بعض المواقف التي تتخذ كدليل على ممارسة بعض رجال الشرطة للعنف واستغلال سلطتهم ضد المواطنين.

ووجد أنه هناك دلالة إحصائية بين وجود صراع بين الشرطة والمواطنين حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 14ر69 بينما كا2 الجدولية 21ر9 وبدرجة ثقة 99% ودرجة حرية 2.

وهذا دلالة على وجود صراع بين الشرطة والمواطنين وذلك في فترات ماضية، أما الآن ومن خلال ما نسمعه ونقرأه في وسائل الإعلام فإن العلاقة بين رجال الشرطة والمواطنين لتفعيل دولة القانون فقط ومعاقبة المجرمين ومرتكبي الجرائم فقط والذي يقع تحت طائلة القانون.

ومن الملاحظ أن العلاقة بين رجل الشرطة والمواطن اختلفت نوعاً ما وأصبح هناك تعاون ما بين رجال الشرطة والمواطنين.

جدول (6)

يوضح أن الأجهزة الأمنية لا تتحرك إلا بعد وقوع الأزمة

ك ، % / تتحرك بعد الأزمة	ك	%
نعـم	270	5ر67%
أحياناً	50	5ر12%
لا	80	20%
الإجمالي	400	100%

قيمة كا2 المحسوبة = 55ر213 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

أوضحت إجابات المبحوثين أن الأجهزة الأمنية في مصر لا تتحرك إلا بعد وقوع الأزمة فعلاً حيث بلغت الإجابات بنعم (5ر67%)، بينما لا بلغت نسبة (20%) وجاءت في المرتبة الأخيرة أحياناً بنسبة (5ر12%).

ومن الملاحظ فعلاً أن الأجهزة الأمنية لا تدرك الأزمة إلا بعد وقوعها وحدوث كارثة وهناك العديد من الحوادث التي وقعت فعلاً في فترة ما بعد الثورة ولم تتحرك الأجهزة الأمنية إلا بعد وقوعها، والدليل مقتل 25 من الجنود المصريين في رفح وكذلك انفجار مبنى المخابرات العسكرية في العريش، وكذلك حدوث العديد من الحوادث على الطرق ووقوع قتلى ومصابين، ومثال ذلك "نجحت أجهزة الأمنفي القبض على ثلاثة أشخاص يشتبه في تورطهم بتفجيري رفح"(58).

و"رصاص الإرهابيين يصيب المجاهد السيناوي عيسى الخرافين واستشهاد مجندين وإصابة 7 وتكثيف أمني بشمال سيناء"(59).

وتوجد دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة كا2 الجدولية 55ر213 وقيمة كا2 الجدولية 21ر9 عند مستوى دلالة 1% ودرجة ثقة 99% ودرجة حرية = 2.

والمشاهد الآن أن الوضع اختلف وأصبح هناك إجراءات احترازية تأخذها وزارة الداخلية لمنع وقوع الأزمة لأن الأزمة متوقعة وشيء متوقع حدوثه في أي وقت.

جدول (7)

يوضح تجاوزات بعض رجال الشرطة

ك ، % تجاوزات بعض رجال الشرطة	ك	%
نعـم	50	5ر12%
أحياناً	120	30%
لا	230	5ر57%
الإجمالي	400	100%

قيمة كا2 المحسوبة = 53ر123 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

بلغت نسبة لا (5ر57%) حيث أشاروا إلى أن تصرفات بعض رجال الشرطة لا تهدف إلى إهانة المواطنين في الماضي

بينما أشارت نسبة قدرها (30%) أنه أحيانا ما تهدف تجاوزات رجال الشرطة إلى إهانة المواطنين وأخيراً جاءت فئة نعم بنسبة قدرها (5ر12%).

وهذا يشير إلى أنه توجد بعض التجاوزات من رجال الشرطة تهدف فعلاً في الماضي إلى إهانة المواطنين والتعدي عليهم.

وأوضحت البيانات الإحصائية إلى أنه توجد دلالة إحصائية بين تجاوزات رجال الشرطة وإهانة المواطنين ووضح ذلك في إجابة المبحوثين حيث بلغت كا2 المحسوبة 53ر123 بينما كا2 الجدولية 21ر9 بدرجة ثقة قدرها 99% ودرجة حرية = 2.

ومن خلال بعض إجابات المبحوثين يتضح في النهاية أن هناك تجاوزات لبعض رجال الشرطة، ولكن لا يمكن تعميمها على كل رجال الشرطة لأن هناك رجال شرطة ملتزمون ويؤدون عملهم وفقاً للقوانين ويعملون على تنفيذ القانون فقط.

جدول (8)

يوضح نوع الأزمات التي يتعرض لها رجال الشرطة

ك ، % / نوعية الأزمات التي يتعرض لها رجل الشرطة	ك	%
حوادث خطف أشخاص	82	%21
حوادث قتل واشتباكات	116	%29
تجاوزات ناتجة عن تصرفات	40	%10
أزمات طبيعية	16	%4
أزمات ناتجة عن استخدام تكنولوجيا	45	%11
أزمات انهيار عقارات	36	%9
مظاهرات عمال ومطالب فئوية	40	%10

حوادث طرق	100	%25
كل ما سبق	16	%40
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 48ر251 قيمة كا2 الجدولية = 1ر20 درجة حرية = 8

تشير الأراقم بالجدول أن كل ما سبق جاءت في المرتبة الأولى بين كل الفئات الأخرى حيث بلغت (40%) ثم حوادث قتل واشتباكات بلغت نسبة قدرها (29%) وحوادث طرق (25%) وحوادث خطف أشخاص بلغت (21%) وهذه الأزمات هي أبرز الأزمات بين الأزمات التي يتعرض لها رجال الشرطة أثناء ممارسة عملهم وتساوت مظاهرات عمال ومطالب فئوية مع تجاوزات ناتجة عن تصرفات لمسئولين وأشخاص، وكذلك أزمات ناتجة عن استخدام تكنولوجيا مثل إساءة استخدام أجهزة الإنترنت وتزوير عملات والنصب باستخدام الأجهزة الإليكترونية وتحت عنوان (أجهزة الأمن تنجح في تحرير 4 أشخاص بعد اختطافهم بالقاهرة)(60).

وأخيراً جاءت فئة أزمات طبيعية لأنها نادرا ما تحدث في مصر مثل الزلازل والبراكين والأعاصير.

ووجد أن هناك دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين والأزمات حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 48ر251 وقيمة كا2 الجدولية 1ر20 عند درجة حرية = 8.

جدول (9)

يوضح الاضطرابات التي يشهدها المجتمع المصري ترجع إلى

ك ، % الاضطرابات التي يشهدها المجتمع ترجع إلى	ك	%
- تراجع دور الدولة	80	%20
- فساد سياسي	91	8ر22%
- استجابة الحكومة للمطالب	52	%13

- ارتفاع معدل البطالة	**180**	**%45**
- تناول وسائل الإعلام	**60**	**%15**
- تدني مستوى المعيشة	**163**	**%41**
- استخدام الإنترنت	**40**	**%10**
- ارتفاع معدل الوعي	**80**	**%20**
- وجود حركات عمالية	**30**	**%8**
- كل ما سبق	**205**	**%51**

قيمة كا2 المحسوبة = 14ر353 قيمة كا2 الجدولية = 7ر21 درجة حرية = 9

تشير البيانات بالجدول أن فئة كل ما سبق هي الأولى بين الفئات حيث بلغت نسبة (51%) ثم جاء بعدها ارتفاع معدل البطالة فئة (45%) وتدني مستوى المعيشة بنسبة (41%) والفساد السياسي الذي شهده المجتمع المصري في فترات سابقة بلغ نسبة (8ر22%) وتساوت فئة ارتفاع معدل الوعي تراجع دور الدولة حيث بلغ كليهما (20%)،

وتقاربت بعض الفئات مثل التناول الإعلامي للمشكلات وكذلك استخدام الإنترنت ووجود مطالب وحركات عمالية واستجابة الحكومة لمطالب الأفراد أثناء الاعتصامات حيث بلغت (13%)، ووجد أن هناك دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين وكذلك بين الاضطرابات التي يشهدها المجتمع المصري وأنها ترجع إلى ارتفاع معدل البطالة وتدني مستوى المعيشة والفساد السياسي الذي شهدته مصر خلال حكم ما قبل الثورة، وجاءت قيمةكا2 المحسوبة 14ر353 بينما جاءت قيمة كا2 الجدولية 7ر21% بدرجة حرية = 9 ودرجة ثقة 99%.

جدول (10)

يشير إلى اختلاف أسلوب التعامل مع المواطنين

ك ، % اختلاف أسلوب التعامل	ك	%
نعم اختلف أسلوب التعامل	266	%67
إلى حد ما اختلف	100	%25
لم يختلف أسلوب التعامل	34	%8
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 39ر214 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

توضح الأرقام بالجدول السابق إلى أنه يوجد اختلاف في أسلوب التعامل من جانب رجال الشرطة مع المواطنين والأفراد بعد الثورة

نزولا على إرادة الشعب وكذلك وضح من خلال إجابات المبحوثين على أنه يوجد اختلاف حيث بلغت نسبة (67%)، بينما جاءت فئة إلى حد ما بنسبة (25%) وأخيراً بلغت لم يختلف أسلوب التعامل بنسبة (8%).

ومن الملاحظ أنه يوجد اختلاف بعض الشيء في أسلوب تعامل رجال الشرطة مع المواطنين.

ووجد أن هناك دلالة إحصائية بالنسبة لإجابات المبحوثين وأسلوب التعامل حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 39ر214 بينما كا2 الجدولية 21ر9 عند درجة حرية = 2.

جدول (11)

يوضح القدرة على تحسين الصورة لرجل الشرطة

ك ، % رسم صورة ذهنية حسنه لرجل الشرطة	ك	%
أستطيع أن أرسم صورة	334	%83
إلى حد ما	60	%15
لا أستطيع	6	%2
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 06ر464 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

هناك قدرة على تحسين صورة رجل الشرطة من جانب أفراد الشرطة نفسها وذلك

يتضح من خلال إجابات المبحوثين التي بلغت نسبتها (83%) أن لديهم القدرة على تحسين صورة رجال الشرطة للمواطنين من خلال التعامل مع المواطنين باحترام وكذلك المعاملة وفقاً للقانون.

بينما جاءت فئة إلى حد ما (15%) وأخيراً جاءت فئة لا أستطيع (2%).

ويجب أن يبادر رجال الشرطة بعد ثورة يناير 2011 وثورة 30 يونيو 2013 بتحسين رسم صورة جيدة لهم أمام المواطنين وأن يضعوا مصلحة المواطنين نصب أعينهم أولاً وتوفير الأمن لهم (وأن دور الشرطة في المجتمع المعاصر يتميز بأنه دور مهم وفعال لا يمكن الاستغناء عنه في توطيد النظام العام ومكافحة الإجرام في ظل السياسة العامة للدولة حريصاً على آداب المهنة وأخلاقياتها مراعيا لكرامة الإنسان وحمايته والحفاظ على حقوقه(61).

جدول (12)

يوضح تحديد لأزمات من المحتمل وقوعها

ك ، % تحديد أزمات محتمل وقوعها	ك	%
نعـم	304	%76
أحياناً	88	%22
لا	8	%2
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 76ر351 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

توضح الأرقام بالجدول أن هناك احتمالية لتحديد الأزمات من الممكن أن تحدث من جانب أفراد الدراسة

حيث بلغت نسبة فئة نعم (76%) أن لديهم القدرة على تحديد الأزمات قبل وقوعها أو من المحتمل وقوعها.

ثم جاءت فئة أحياناً بنسبة 22% أن لديهم القدرة أحياناً لتحديد أزمات من المحتمل أن تقع أو تحدث في المجتمع، وأخيراً جاءت فئة لا بنسبة قدرها (2%) أن هؤلاء ليس لديهم القدرة على تحديد أزمات من المحتمل أن تحدث.

وتشير البيانات أن هناك دلالة إحصائية من إجابات المبحوثين وتقارب في المقدرة على تحديد الأزمات حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة 76ر351 بينما بلغت قيمة كا2 الجدولية 21ر9 عند درجة حرية = 2.

ونشرت الأهرام تحت عنوان "الداخلية لا عودة للانفلات الأمني" معلومات حول اعتزام مجموعات مسلحة السطو على المحال والبنوك حيث أكد اللواء محمد إبراهيم وزير الداخلية أن الوزارة وضعت خطة متكاملة وأن الشرطة تتعهد بعدم عودة الانفلات الأمني مرة أخرى وتعتزم المجموعات المسلحة من المجرمين استغلال مظاهرات 30 يونيو لسرقة البنوك والمحال التجارية وسرقة بعض ماكينات الصرف(62).

جدول (13)

يوضح سبب إنشاء إدارة لحقوق الإنسان بوزارة الداخلية

ك ، % إنشاء إدارة لحقوق الإنسان	ك	%
لضمان حسن معاملة المواطن	300	%75
عدم استخدام أساليب سلبية	80	%20
لضمان عدم وقوع ظلم	24	%6
لضمان مبدأ القانون	60	%15
تنفيذ لتعليمات خارجية	60	%15

قيمة كا2 المحسوبة = 5ر461 قيمة كا2 الجدولية = 3ر13 درجة حرية = 4

توضح البيانات بالجدول أن السبب الرئيسي وراء إنشاء إدارة لحقوق الإنسان بوزارة الداخلية هو ضمان حسن معاملة المواطنين

حيث بلغت نسبة (75%) وهي أعلى نسبة بين الفئات الأخرى.

ثم جاءت فئة لعدم استخدام أساليب سلبية كما كانت متبعة في الماضي ضد المواطنين حيث بلغت نسبة 20%. وتساوت فئة لضمان مبدأ القانون وكذلك تنفيذ تعليمات خارجية التي تنادي بحقوق الإنسان ويجب مراعاتها حيث بلغت نسبة (15%)، وأخيراً جاءت فئة لضمان عدم وقوع ظلم على المواطنين حيث بلغتنسبة (6%).

وتشير الأرقام أن هناك دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين واتفاقها على سبب إنشاء إدارة لحقوق الإنسان بوزارة الداخلية حيث بلغت كا2 المحسوبة 5ر461 وبلغت كا2 الجدولية 3ر13% عند درجة حرية = 4.

جدول (14)

يوضح التعاون مع وسائل الإعلام

ك ، % التعاون مع وسائل الإعلام	ك	%
يوجد استفادة وتعاون	280	%70
إلى حد ما يوجد تعاون	108	%27
لا يوجد تعاون	12	%3
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 63ر276 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

يشير الجدول السابق إلى أنه يوجد تعاون مع وسائل الإعلام من جانب رجال الشرطة ووزارة الداخلية

حيث جاءت فئة نعم يوجد استفادة وتعاون بنسبة (70%) ثم جاءت فئة إلى حد ما (27%)، وأخيرا جاءت فئة لا يوجد تعاون (12%) وهم الذين لا يتعاملون مع وسائل الإعلام.

وبلغت قيمة كا2 المحسوبة 63ر276 وكا2 الجدولية 21ر9 عند درجة حرية = 2 إذن هناك دلالة إحصائية على تقارب إجابات المبحوثين على أنه يوجد تعاون واستفادة مع وسائل الإعلام.

جدول (15)

يوضح الحصول على دورات في إدارة الأزمات

ك ، % الحصـول على دورات	ك	%
نعـم	105	%26
لا	295	%74
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 25ر90 قيمة كا2 الجدولية = 63ر6 درجة حرية = 1

يوضح الجدول أن من حصلوا على دورات في إدارة الأزمات بلغت نسبة قليلة من أفراد عينة الدراسة حيث بلغت 26%، بينما الذين لم يحصلوا على دورات في إدارة الأزمات بلغت نسبتهم (74%)،

ويوضح ذلك إلى أنه من الضروري حصول كافة ضباط الشرطة ورجال الشرطة على دورات في إدارة الأزمات وكيفية التصرف حيال الأزمات التي تقع في المجتمع المصري.

وبلغت قيما كا2 المحسوبة 25ر90، بينما بلغت قيما كا2 الجدولية 63ر6 عند درجة حرية 1، ويوضح ذلك وجود دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين والحصول وعدم الحصول على دورات في إدارة الأزمات من جانب وزارة الداخلية.

جدول (16)

يوضح الوسائل الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات

ك ، % / إنشاء إدارة لحقوق الإنسان	ك	%
التقارير	80	%20

اتصالات عبر الإنترنت	130	%33
اتصالات تليفونية	120	%30
مطبوعات	32	%8
وسائل الإعلام	160	%40
اجتماعات ولقاءات	80	%20

قيمة كا2 المحسوبة = 92ر102 قيمة كا2 الجدولية = 1ر15 درجة حرية = 5

يوضح الجدول أن استخدام وسائل الإعلام من جانب رجال الشرطة في إدارة الأزمات في وسائل الإعلام لإعلام المواطنين بما سوف يحدث بالنسبة لتداعي الأزمة حيث جاءت فئة وسائل الإعلام بنسبة (40%)، ثم جاءت الاتصالات عبر الإنترنت بين وزارة الداخلية ومديريات الأمن عبر البريد الإليكتروني والإنترنت بالمرتبة الثانية بنسبة (33%)، وتلي ذلك الاتصالات التليفونية بنسبة (30%)، وتساوت الاجتماعات والتقارير حيث بلغت نسبتهما (20%)، وأخيراً جاءت المطبوعات بنسبة (8%) في المرتبة الأخيرة.

وتشير الإحصاءات إلى أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 92ر102 بينما بلغت كا2 الجدولية 1ر15 بدرجة حرية 5، إذن هناك دلالة بين إجابات المبحوثين والوسائل الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات.

أما بالنسبة لمقترحات أفراد الدراسة لتحسين صورة رجل الشرطة في ذهن المواطن فكانت كالآتي:

ضرورة شعور الرجل العادي أن رجل الشرطة في خدمته.

إقرار القانون على كافة أفراد الشعب دون استثناء.

تذليل جميع العقبات التي تواجه المواطن.

عمل لقاءات دائمة مع رجال الشرطة وجميع فئات الشعب من مواطنين وطلبة.

إلغاء الحاجز النفسي بين الشرطة والشعب.

الالتزام بصورة رجل الشرطة المنضبط.

تحقيق العدالة الاجتماعي والإعلان عن الإيجابيات التي يقوم بها رجال الشرطة والإعلان عن السلبيات والعمل على تجنبها.

المصارحة والوضوح بين الشرطة والشعب وتنفيذ القانون بروح القانون.

حسن المعاملة من جانب رجل الشرطة للمواطنين دون تمييز سواء من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

أن يضع رجل الشرطة في ذهنه أنه في خدمة الشعب هدفه حماية المواطن.

تقديم أفضل خدمة أمنية للمواطنين.

إعطاء كل ذي حق حقه وأن تكون المعاملة لكافة أفراد الشعب واحدة والتعامل يكون بمبدأ واحد خدمة المواطن.

يجب إصلاح أحوال العاملين بجهاز الشرطة.

مكافحة ظواهر الوساطة المحسوبة والمجاملات والتي تؤدي إلى إساءة صورة رجل الشرطة.

محاسبة المقصرين من داخل جهاز الشرطة.

جدول (17)

يوضح العلاقة بين المواطنين ورجال الشرطة ووجود تعاون

بعد ثورة يناير 2011

ك ، % علاقـة وجود تعاون	ك	%
نعم سوف تؤدي إلى تعاون	208	%52
إلى حد ما تؤدي إلى تعاون	180	%45
لا تؤدي إلى تعاون	12	%3
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 60ر168 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

تشير الأرقام بالجدول السابق إلى أن العلاقة بين رجال الشرطة والمواطنين سوف تؤدي إلى تعاون حيث جاءت إجابات أفراد الدراسة بنسبة (52%)

وإلى حد ما سوف تؤدي إلى تعاون جاءت بنسبة (45%)، وأخيراً جاءت فئة لا تؤدي إلى تعاون بأقل عدد تكراري وأقل نسبة حيث بلغت (3%).

وبلغت كا2 المحسوبة 60ر168 بينما كا2 21ر9 عند درجة حرية = 2 ويشير ذلك إلى وجود إحصائية بين إجابات المبحوثين ووجود علاقة تعاون بين رجال الشرطة والمواطنين.

أما عن الإجراءات التي تتخذها إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية لتحسين صورة رجل الشرطة في أذهان المواطنين فكانت كالآتي:

أن تتعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة ووسائل الاتصال للتعريف بأهمية دور الشرطة.

متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام المختلفة وشبكة المعلومات (الإنترنت) من سلبيات تتعلق بجهاز الشرطة والرد عليها أو تصحيحها إذا كانت مغلوطة أو تعديلها حتى لا تؤدي إلى رسم صورة سيئة.

ضرورة وجود عدالة داخل جهاز الشرطة نفسه.

ضرورة التواصل المجتمعي مع المواطنين ليس بالكلام والصور والمؤتمرات.

ضرورة تعريف المواطنين بالحقوق والواجبات وتوثيق جميع الأحداث الجارية بالصوت والصورة.

تفعيل دور أجهزة الإعلام (المرئي والمسموع والمقروء لتحسين صورة رجل الشرطة في أذهان المواطنين وذلك لترسيخ شعار الشرطة في خدمة الشعب.

إبراز التضحيات التي يقوم بها رجال الشرطة وما يقدمونه من شهداء من أجل الحفاظ على الأمن وخدمة المواطن.

ترسيخ مفهوم أن دور رجل الشرطة قائم على تنفيذ القانون لمصلحة الشعب.

عدم انحياز رجال الشرطة لجهة معينة أو لفصل سياسي معين وإبراز حيادية رجال الشرطة وأن هدفهم هو إقرار الأمن والأمان للشعب بشكل أطيافه.

هناك من يرى أن الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية مقصرة في ذلك ويجب تفعيل دورها في المرحلة الراهنة والقادمة.

نشر ما يتم ضبطه من أسلحة ومواد مخدرة لتعريف المواطنين بالمجهود المبذول من أجل الحفاظ على شباب مصر.

إبراز أن إقرار الأمن واجب مشترك بين رجل الشرطة والمواطن.

جدول (18)

يوضح الموافقة على وجود إدارة للأزمات بوزارة الداخلية

ك ، % الموافقة على وجود إدارة للأزمات	ك	%
نعـم	280	%70
إلى حد ما	90	%23
لا	20	%5
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 82ر271 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

يتضح من الجدول أن هناك نسبة غالبة على إنشاء ووجود إدارة للأزمات بوزارة الداخلية حيث بلغت نسبتها 70%، فيما هناك فئة إلى حد ما بلغت 23% وأخيرا فئة لا بلغت 5% وهي أقل فئة بين الفئات السابقة. ومن الضروري وجود إدارة للأزمات بكل وزارة وليست وزارة الداخلية فقط وكذلك تعاون كافة الإدارات المعنية بالأزمات فيما بينها وعلى وزارة الداخلية على وجه الخصوص.

وتشير الإحصاءات أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 82ر271، بينما كا2 الجدولية 21ر9 عند درجة حرية 2، ويشير ذلك إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية على إجابات المبحوثين بوجود إدارة للأزمات بوزارة الداخلية وموافقتهم الغالبة على ذلك.

جدول (19)

يوضح زيادة وعي متخذي القرار بأهمية إدارة الأزمات بوزارة الداخلية

ك ، % زيادة وعي متخذي القرار	ك	%
أوافق	372	%93
إلى حد ما أوافق	28	%7
لا أوافق	-	-
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 92ر643 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

يشير الجدول إلى أن هناك شبه إجماع على ضرورة زيادة وعي متخذي القرار بأهمية إدارة الأزمات لمواجهة الأزمات التي تقع في المجتمع ولمواجهة الأزمات التي من الممكن أن تقع مستقبلاً.

وبلغت نسبة من وافقوا على زيادة وعي متخذي القرار بأهمية إدارة الأزمات (93%) وهي النسبة المرتفعة عن باقي النسب، فيما أشارت نسبة قدرها (7%) بأنها إلى حد ما توافق ولم تظهر فئة ك.

وبلغت كا2 المحسوبة 92ر643 بينما كا2 الجدولية 21ر9 عند درجة حرية = 2 ويشير ذلك إلى وجود دلالة إحصائية وعلاقة بين إجابات المبحوثين بالموافقة على زيادة وعي متخذي القرار وإنشاء إدارة للأزمات وتوافق بين إجابات المبحوثين على أهمية إدارة الأزمات بوزارة الداخلية أيضاً.ولابد من زيادة وعي رجال الشرطة والمسئولين بأهمية إدارة الأزمات وذلك عن طريق توضيح دور إدارة الأزمات في معالجة العديد من الأزمات عن طريق إجرائها لبحوث متعلقة بالأزمة.

جدول (20)

يوضح وجود خطط إعلامية وإستراتيجيات فعالة لرصد الأزمات

ك ، % / وجود خطط	ك	%
توجد خطط وإستراتيجيات	184	%46
أحياناً ما توجد	100	%25
لا توجد خطط	116	%29
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 84ر29 قيمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

توضح البيانات والأرقام بالجدول أن فئة توجد خطط وإستراتيجيات فعالة لرصد الأزمات بلغت أعلى تكرار بنسبة (46%)، وجاءت فئة لا توجد خطط بنسبة (29%)، وأخيراً جاءت فئة أحياناً ما توجد خطط وإستراتيجيات بنسبة (25%).

ويشير ذلك إلى أن وجود خطط وإستراتيجيات يوجد في بعض المديريات التي تتعرض لأزمات ولا يوجد في البعض الآخر.

وتركز على ضرورة تعميم وجود خطط وإستراتيجيات مستقبلية لرصد الأزمات ومواجهتها.

وتشير البيانات الإحصائية أن قيمة كا2 المحسوبة 84ر29 وقيمة كا2 الجدولية 21ر9 بدرجة حرية = 2.

ويوضح ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول وجود خطط وإستراتيجيات لمواجهة ولرصد الأزمات.

إذن يوجد خطط في بعض الإدارات وكذلك لا توجد في إدارات أخرى. وهذا يتضح من إجابات المبحوثين حيث أن الذين أجابوا بأنه لا توجد خطط بلغ عددهم (116) تكرارا وهذا يشير إلى أنه لا توجد خطط فعالة لتجنب الأزمات.

جدول (21)

يوضح وجود سيناريوهات مستقبلية لإدارة الأزمات

ك ، % وجود سيناريوهات مستقبلية	ك	%
نعم يوجد	192	%48
أحيانا ما يوجد	160	%40
لا يوجد	48	%12
الإجمالي	400	%100

قيمة كا2 المحسوبة = 78ر85يمة كا2 الجدولية = 21ر9 درجة حرية = 2

يشير الجدول إلى أن فئة يوجد سيناريوهات مستقبلية لإدارة الأزمات التي من الممكن أن تحدث بلغت أعلى نسبة حيث وصلت (48%)،

بينما أحياناً ما توجد سيناريوهات لإد1- معاملة المواطن بآدمية وتعظيم دور الشرطة وجد بنسبة (12%).

ويشير ذلك إلى وجود بعض خطط سيناريوهات يتم وضعها بشكل مستقبلي لمواجهة الأزمات التي قد تحدث في المجتمع المصري.

وأشارت البيانات الإحصائية إلى أن كا2 المحسوبة بلغت 78ر85 وكا2 الجدولية 21ر9 بدرجة حرية 2، ويشير ذلك إلى وجود دلالة إحصائية وفروق دالة بين الاستجابات من جانب أفراد الدراسة للعبارات المختلفة من خلال إجابتهم

عليها أي توجد علاقة إحصائية دالة بين الإجابات والعبارات من جانب أفراد الدراسة.

ومما يؤكد أن هناك خطط وسيناريوهات مستقبلية لإدارة الأزمات "ومن جانبها بدأت شرطة النقل والمواصلات بالتعاون مع قيادات الشركة المصرية لإدارة وتشغيل مترو الأنفاق في وضع خطط جديدة للتأمين عبر نشر كلاب بوليسية في مداخل ومخارج المحطات ووجود عدد من القوات والضباط لتأمين المحطات ونشر الضابطات شرطة يقمن أيضا بتفتيش النساء المشتبه بهن"(63).

نتائج الدراسة:

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج وهي:

وجد اختلاف في تعامل رجال الشرطة مع المواطنين بعد ثورة يناير نزولاً على إرادة الشعب واتضح ذلك من خلال إجابات المبحوثين حيث أشارت نسبة 67% أن أسلوب التعامل اختلف وأشارت نسبة 25% إلى حد ما اختلف أسلوب التعامل مع المواطنين وهذا يثبت صدق الفرض الأول.

وجود صراع قديم الأزل بين الشرطة والمواطن منذ أن كان موجود ما يعرف بالبوليس السياسي وأشارت نسبة قدرها 31% أنه يوجد صراع وأحياناً ما يوجد 51%.

عدم وجود خطط أو سيناريوهات مستقبلية لإدارة الأزمات بوزارة الداخلية أو مديريات الأمن ونادراً ما توجد خطط حيث أشارت نسبة قدرها 29% أنه لا توجد خطط وأحياناً ما توجد خطط وإستراتيجيات 25% ويتفق ذلك مع صحة الفرض الثالث.

عدم وجود إدارة للأزمات بوزارة الداخلية وأن الأجهزة الأمنية لا تتحرك في مصر إلا بعد وقوع الكارثة أو الأزمة.

توجد بعض التجاوزات التي يمارسها رجال الشرطة ضد بعض أفراد الشعب وليس كل رجال الشرطة وكذلك التعالي في التعامل مع المواطنين من جانب رجال الشرطة.

عدم حصول أغلب أفراد عينة الدراسة على دورات في إدارات الأزمات الأمنية، التي يتعرضون لها وهذا يوضح قصور من جانب وزارة الداخلية وإدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية حيث أشارت نسبة 74% بعدم حصولهم على دورات.

ضرورة زيادة وعي متخذي القرار بوزارة الداخلية بأهمية إنشاء إدارة للأزمات وكذلك دور إدارة العلاقات العامة والإعلام وهذا ما اتضح أثناء فض اعتصام رابعة العدوية حيث أن إدارة العلاقات العامة والإعلام بوزارة الداخلية كانت تذيع وتنشر يومياً تطور الأحداث أولاً بأول.

حتمية وجود خطط وإستراتيجيات لإدارة الأزمات المتوقعة مستقبلاً.

يوجد تعاون مع أجهزة الإعلام خاصة المرئية والمقروءة حيث بلغت 40%

واستخدام الإنترنت 33% والمطبوعات 8%.

هناك اختلاف في نوعية الأزمات التي تعرضت لها وزارة الداخلية بعد ثورة يناير عما قبل ثورة يناير حيث أشارت نسبة قدرها 95% أن هناك اختلاف حيث زادت الاعتصامات والقتل وقطع الطرق والسرقة.

توصيات الدراسة:

كما خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها:

ضرورة تعاون وزارة الداخلية مع أجهزة الإعلام المختلفة لإبراز أهمية دور رجل الشرطة في خدمة المجتمع والمواطنين.

حتمية وجود خطط وسيناريوهات وإستراتيجيات لإدارة الأزمات التي من المحتمل وقوعها مستقبلاً.

التركيز على تدريب كافة أفراد الشرطة على إدارة الأزمات التي من الممكن أن يتعرضوا لها.

إنشاء إدارة للأزمات بجانب إدارة العلاقات العامة والإعلام بوزارة الداخلية.

إقرار مبدأ أن الشرطة في خدمة الشعب فعلاً على أرض الواقع.

ضرورة تعاون رجل الشرطة مع رجل الشارع وتوفير الأمن والأمان للجميع.

التركيز على أهمية زيادة وعي القادة في وزارة الداخلية بأهمية إدارة الأزمات وضرورة إنشائها وتكون إدارة قائمة بذاتها.

ضرورة تركيز رجال الشرطة على تحسين صورتهم أمام المواطنين بالعمل على خدمتهم وتحقيق مطالب المواطنين وضمان عدم تعالي رجال الشرطة على المواطنين

أما عن أهم مقترحات أفراد الدراسة لتحسين العلاقة بين رجل الشرطة والمواطنين فكانت كالآتي:

معاملة المواطن بآدمية وتعظيم دور الشرطة عن طريق وسائل الإعلام وإبراز ذلك فعلا.

ضرورة وجود ثقة متبادلة بين الطرفين رجل الشرطة ورجل الشارع ومصداقية لضمان الأداء.

تحسين أحوال رجال الشرطة تلقائيا تحسن العلاقة وصورتهم.

يجب تطبيق مبدأ الثواب والعقاب دون تفرقة بين أفراده.

عدم التعالي على المواطنين واحترام كل مواطن حسب مهنته وتعليمه دون تجاوز وضبط النفس مع كافة الأفراد.

تواجد رجل الشرطة في الشارع وحل المشكلات اليومية التي تواجه المواطنين وإحساس المواطن بالأمن والأمان.

سرعة الانتقال إلى بلاغات المواطنين والتصرف حيالها.

التواصل مع المواطنين والوعي بدور رجال الشرطة وضبط النفس أثناء التعامل مع المواطنين.

هذا الدور يرجع إلى وزارة الداخلية وإدارة العلاقات العامة والإعلام وإنشاء قناة خاصة بالشرطة لنشر الواجبات التي تقع على عاتق رجال الشرطة.

وأجاب أفراد الدراسة بالنسبة لمقترحاتهم من أجل تحسين والارتقاء بأداء إدارات العلاقات العامة بوزارة الداخلية والمديريات من أجل تفعيل دورهافي مواجهة الأزمات فكانت أبرزها:

أن تضع الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة خطط مستقبلية لإدارة أي أزمة متوقعة.

اختيار العناصر الجيدة للعمل.

ضرورة التركيز على التدريب وإعطاء دورات للضباط لإنجاز المهام المطلوبة حال وقوع أزمات.

متابعة ما ينشر ويذاع بوسائل الإعلام للتنبؤ بالأزمات ووضع الحلول لها لعلاجها أو تجنبها قبل وقوعها.

هناك من يرى أن العلاقات العامة لا تواجه أزمات بل هي جزء في إدارة الأزمة نفسها مع إدارات أخرى.

الحصول على دورات تدريبية مكثفة بالتعاون مع الجهات الأخرى مثل الإعلام والصحة لمواجهة الأزمات وإيجاد الحلول السليمة لها.

ضرورة توثيق إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية للأحداث وعرضها على الرأي العام.

إنشاء قناة فضائية إعلامية خاصة بوزارة الداخلية لتوضيح مجهودات رجال الشرطة.

اطلاع المواطنين بأنواع الأزمات التي يمكن أن تمر به وكيفية التعامل معها.

تفعيل دور منظومة الإعلام الأمني يتم من خلال التواصل والتلاحم مع الضباط والأفراد والعاملين بوزارة الداخلية.

ضرورة تلقي إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية لكافة المقترحات والرد عليها والعمل على حل كافة المشكلات الواردة بالشكاوى.

تعيين متخصصين في إدارة الإعلام والعلاقات العامة بالوزارة.

عمل دورات على أعلى مستوى لكافة الضباط في كل المديريات والأقسام.

المراجـــع

علي عجوة، كريمان فريد. إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، القاهرة، عالم الكتب، 2005.

مدحت محمد محمود أبو النصر. مفهوم الأزمات منظور إداري واجتماعي، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 14، العدد 28، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، أكتوبر، 1999.

موسوعة المجالس القومية المتخصصة، التنمية الإدارية والإقليمية والبيئية، المجلد الخامس والثلاثون، القاهرة، 2008، 2009.

هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009، ص15.

Oxford Dictionary Oxford: The clarender press 1992, p.194.

معن محمود عياصرة – مروان محمد بني أحمد. إدارة الصراع والأزمات وضغوط العمل والتغيير، ط1، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2998، ص77.

إسماعيل عبد الفتاح. إدارة الصراعات والأزمات الدولية، نظرة مقارنة لإدارة الصراع العربي الإسرائيلي في مراحله المختلفة، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001، ص23.

Sfink: Crisis Management Planning for the Inveitable. NY, A Macom. 1986, pp.3-4.

هويدا سيد مصطفى. دور الإعلام في الأزمات الدولية، القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، 2000، ص7.

Moss, D. (1990): Public Relation in Practice A case Study. 1st Ed. London. Routledge p.79.

محمد منير حجاب، سحر وهبي. المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الاتصالي، القاهرة، دار الفجر، 1995، ص13.

حسن عماد مكاوي. الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص146.

السيد بهنسي. الإعلام وإدارة الأزمات الدولية، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص227، 228.

حسن عماد مكاوي. الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص47.

ف. افانا سيف. أسس الفلسفة الماركسية، ترجمة عبد الرازق الصافي، دار الفارابي، بيروت، ط4، 1984، ص ص 291، 292.

هناء محمد خيري المرصفي. النجاح في السياق المهني للمرأة المصرية ومكانتها داخل الأسرة، رسالة دكتوراه، كلية البنات، جامعة عين شمس، 2002، ص19.

شيرمهورن. إدارة الأزمات، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 14-15.

Baskin, et al. (1997): Public Relation the Professional and the Practice (Boston: MacGrow Hill).نقلا عن راسم محمد الجمال وخيرت عياد. إدارة العلاقات العامة – المدخل الإستراتيجي.

حمد محمد شعبان. الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، القاهرة، مطابع الشرطة للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص343.

Oxford Dictionary Oxford: The Clarendan Press, 1992, p.194.

Webster's News World Dictionary N.Y. Warner Books, 1992, p.149.

السيد عليوة. إدارة الأزمات والكوارث، القاهرة، مركز القرار للاستشارات، 1997، ص ص 5-6.

هويدا مصطفى. الإعلام وإدارة الأزمات المعاصرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009، ص ص 19 – 20.

أحمد إبراهيم أحمد. إدارة الأزمات التعليمية في المدارس، الأسباب والعلاج، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002، ص24.

Webster (1997): New World Dictionary of American English: Op.cit. p.1072.

Lerbinger, O.: The crisis Manager. Facing Risk and Responsibility, Mohwah N.; Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

أحمد بدوي. معجم العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1982، ص327.

عادل بن عبد القادر المكينزي. دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الأمني، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام في الفترة من 19 حتى 21 مارس 2013، الأهرام الكندية.

حنان جنيد. تطور اتصالات الأزمة - دراسة تتبعية من حقبة التسعينيات وحتى 2011، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام مؤتمر أزمة الإعلام وإعلام الأزمات، في الفترة من 19 حتى 2013/3/21.

سليمان حميد الحميدي. فاعلية الاتصالات في إدارة الأزمات الأمنية بأجهزة وزارة الداخلية بالرياض، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2010.

عبد الرحمن الشلبي. دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، الأكاديمية السورية الدولية، 2009.

علي منصور الشميري. دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات الأمنية، ورقة عمل مقدمة في الحلقة العلمية بعنوان: رفع كفاءة العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الأجهزة الأمنية، مدينة العين، من 27/23 نوفمبر، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2008م.

السيد السعيد. إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث دور العلاقات العامة(36): دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة 2006.

حمدي محمد شعبان. الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، القاهرة، مطابع الشرطة للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.

علي محمد برغوت. دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الجامعية، المؤتمر السنوي السابع لإدارة الأزمات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، بحث رقم 23، 2002، ص ص 575 - 597.

جابر محمد عبد الموجود (2000). العلاقات العامة واتصالات الأزمة: دراسة تطبيقية نظرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الرابع عشر ص ص 213 - 248.

نهلة حلمي محمد عبد الكريم. الرأي العام وإدارة الأزمات - دراسة تطبيقية حول دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، بحث مقدم لمؤتمر جامعة الأهرام الكندية - كلية الإعلام في الفترة من 19 حتى 21 مارس 2013.

هشام محمد عبد الغفار. صورة أزمة النظام السياسي المصري في نهاية حكم الرئيس مبارك، دراسة مقارنة لعناصر الصورة الإعلامية بين خطاب كتاب المقال بموقع صحيفة المصري اليوم وخطاب تعليقات القراء عليها، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الـ 19 لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الإعلام وثقافة الديمقراطية في الفترة من 23 حتى 25 أبريل 2013.

هبه شاهين. مصدارية القنوات التليفزيونية الإخبارية خلال الأزمات – دراسة حالة للتغطية الإعلانية لثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، يناير – مارس 2012.

ماجدة عبد المرضي محمد سليمان. أثر التغطية الإخبارية لأحداث الانفلات الأمني في الصحف اليومية في الفترة من 28 يناير حتى 15 يونيو 2011، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة المجلد الحادي عشر، العدد الأول يناير – مارس 2012.

السيد بهنسي. مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات، دراسة ميدانية على طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، ص ص 3-32.

مدحت محمد محمود أبو النصر. مفهوم الأزمات منظور إداري واجتماعي المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، المجلد 14، العدد 28، رجب 1420هـ أكتوبر 1999.

سوزان القليني. مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام: العدد الرابع، ص ص 33-64.

محمد علي شومان. إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار – دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية، المؤتمر السنوي الرابع لإدارة الأزمات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، المجلد الثاني، بحث رقم (51) ص ص 503 – 559.

محمود يوسف. المعالجة الإعلامية، للقصف الأمريكي للسودان وأفغانستان: دراسة تطبيقية مقارنة على شبكة CNN الأمريكية والفضائية السودانية، المجلة العلمية، كلية الآداب، جامعة المنيا، العدد الثلاثون ص ص 399 – 449.

International Journal of Strategic Communication: Sep. 2011, Vol.5, Issue 4. p.240-260-21p.

Braw N, Kenan A, Organization-public Relationships and crisis Response Strategic: Impact on Attribution of Responsibility, Journal of Public Relation Research: Jan 2011, Vol.23 Issue, 1, p.75-18p.

Chem, Ni, Institutionalizing Public relation Crisis Communication on the 2008 Sichuan earth quake, Public relation Review, Sep. 2009, Vol.35, Issue, p. 187-198.

Vincent, Richard (2000): "A Narrathe Analysis of VS Press Coverage of Slobodan Miloseuic and the Serbs In Kosovo European Journal of Communication, Vol.75, No.3.

Guillebeau, Julie (1989): "Crisis Management a case study in the Killing of An Employee Public Relation quarterly, Vol.N, 3, pp.19-21.

سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، 1982.

راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد. إدارة العلاقات العامة، المدخل الإستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002 ص 123.

محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص158.

محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص353.

إبراهيم عبد الله المسلمي. مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2008، ص124.

جريدة الأهرام 5 أغسطس – 2013، السنة 137 العدد 46263 ص 20.

جريدة الأهرام، 12 سبتمبر 2013، السنة 137 العدد 46301 ص1.

جريدة الأهرام، 13 سبتمبر 2013، السنة 138 العدد 46302 ص1.

جريدة الأهرام 5 سبتمبر 2013، السنة 138، العدد 46294 ص1.

جريدة الأهرام 5 أغسطس 2013، السنة 137، العدد 46263 ص20.

مجلة الهلال، الشرطة بين القانون والمعايير الإنسانية، أكتوبر، 2004، ص166.

جريدة الأهرام، 23 يونيو، 2013، السنة 1370 العدد 4622، ص1.

جريدة الشروق، 12 من سبتمبر 2013، ص2.

